

Anni Vahtoranta

**KYLMÄPIHLAJAN MAJAKKA MATKAILIJOIDEN
SILMIN**

Asiakastyytyväisyyskysely kesällä 2009

**Opinnäytetyö
KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma
Toukokuu 2010**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Pietarsaaren yksikkö	Aika Toukokuu 2010	Tekijä Anni Vahtoranta
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn nimi KYLMAPIHLAJAN MAJAKKA MATKAILIJOIDEN SILMIN – Asiakastyytyväisyyskysely kesällä 2009		
Työn ohjaaja Sara Åhman		Sivumäärä 63 + liitteet
Työelämäohjaaja Kylmäpihlajan majakka, Suvi ja Tom Lindqvist		
<p>Rauman edustalla sijaitseva Kylmäpihlajan majakka tarjoaa ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalveluita niin päiväkävijöille kuin majakalla yöpyvillekin. Asiakkaat voivat osallistua myös opastetuille saarikierroksille sekä käydä majakantornissa. Eri välineiden, kuten kajakkien, soutuveneiden ja kalastusvälineiden, vuokraus on myös mahdollista. Erilaisia ohjelmalveluita järjestetään yhteistyökumppanin kanssa. Asiakkaiden käytettävissä on myös sauna, kylpytynnyri sekä uimaranta.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä Kylmäpihlajan majakan tarjoamia palveluita kohtaan. Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin yhteistyössä Kylmäpihlajan majakan henkilökunnan kanssa kesällä 2009. Vastaajilta pyydettiin myös kehittämisideoita toiminnan parantamiseksi. Asiakastyytyväisyyskyselyn toteuttamisessa, tulosten käsittelyssä sekä esittämisessä teoreettisena tietoperustana käytettiin kvantitatiivista tutkimusta.</p> <p>Teoreettisessa tietoperustassa käsiteltiin myös majakoiden historiaa, majakkamatkailun kehittämistä, Suomen majakkaseuraa, Kylmäpihlajan majakan tarjoamia ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalveluita, kyselylomakkeen laatimista sekä tutkimusaineiston esittämistä.</p> <p>Kyselyyn vastasi 80 ihmistä. Tulokset käsiteltiin SPSS-tilasto-ohjelmalla. Kyselyyn vastanneet vaikuttivat olevan yleisesti ottaen tyytyväisiä majakan tarjoamiin palveluihin. Yleiseen viihtyisyyteen sekä hinta-laatusuhteeseen oltiin myös tyytyväisiä. Joistakin oheispalveluista useammat vastaajat eivät osanneet sanoa mielipidettään. Syynä saattoi olla muun muassa se, että he eivät olleet käyttäneet kyseistä palvelua. Joidenkin palveluiden olemassaolosta asiakkaat eivät välttämättä edes tiedäneet, joten niistä ei ollut myöskään mielipidettä. Kehittämisideoita kysyttäessä ihmiset olivat maininneet muun muassa huoneisiin jaettava kansion, jossa olisi tietoa majakasta, saaresta sekä palveluista. Majakalla käy myös lapsiperheitä, joten perheen pienimmille toivottiin myös ohjattua toimintaa.</p>		
Asiasanat Asiakastyytyväisyys, kvantitatiivinen tutkimus, majakat, majakkamatkailu		

ABSTRACT

CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Pietarsaari	Date May 2010	Author Anni Vahtoranta
Degree programme Tourism		
Name of thesis The lighthouse of Kylmäpihlaja in the tourists' eyes – Customer satisfaction questionnaire in the summer of 2009		
Instructor Sara Åhman		Pages 63 + attachments
Supervisor The lighthouse of Kylmäpihlaja, Suvi & Tom Lindqvist		
<p>The lighthouse island of Kylmäpihlaja is located in front of Rauma. The lighthouse offers a restaurant, café, accommodation and conference services for both those who are on a day trip and those who are going to stay the night at the lighthouse. Customers can also take part in the guided tours and visit the tower of the lighthouse. It is possible to hire for example kayaks, a rowing boat and fishing equipment as well. Entrepreneurs organize different programme services with the partner. Customers can also use the sauna, hot tub and beach.</p> <p>The purpose of the thesis was to measure the customers' satisfaction towards the services offered by the lighthouse. The questionnaire was done in cooperation with the employees of the lighthouse in the summer 2009. In the questionnaire also ideas were requested for developing the operations. The theory of a quantitative research was used for carrying out through the customer satisfaction questionnaire, handling the results and presenting them. In the theoretical framework of the thesis also the history of lighthouses, developing lighthouse tourism, writing out the questionnaire and presenting research material were handled among other things.</p> <p>There were 80 people who answered the questionnaire. The results were handled with the SPSS programme. Generally speaking people were satisfied with the services, general feeling and price-quality relation. There were, however, services on which many people had no opinion. The reason might have been that they haven't used the particular services. There were also services which people necessarily didn't even know about, so they had no opinion about these services either. When asking for ideas on developing the operations, people mentioned among other things the folder which would consist of information concerning the lighthouse, island and services. On the lighthouse island there also families visit so the parents also wished for guided activities for children.</p>		
Key words Customer satisfaction, lighthouses, lighthouse tourism, quantitative research		

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 MAJAKAT JA MATKAILU	3
2.1 Majakoiden historiaa	3
2.2 Majakkamatkailun kehittäminen	4
2.3 Elämys ja matkailu	8
2.4 Suomen majakkaseura	10
3 KYLMÄPIHLAJAN MAJAKKA	12
3.1 Yleistä Kylmäpihlajasta	12
3.2 Liiketoiminnan kehittäminen	14
3.3 Ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalvelut	18
4 KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS	19
4.1 Tutkimustyytit ja tutkimusprosessi	19
4.2 Tiedon keruumenetelmät	20
4.3 Kyselylomakkeen laatiminen	21
4.4 Kysymystyytit, asenne- ja mitta-asteikot	23
4.5 Otanta, otantamenetelmät ja otoskoko	24
4.6 Tutkimusaineiston esittäminen	27
4.7 Tutkimuksen luotettavuus ja puolueettomuus	28
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY	30
5.1 Tulokset	30
5.2 Kehittämisideoita	56
6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	59
LÄHTEET	60
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Bengtskärin, Tankarin, Söderskärin ja Kylmäpihlajan majakat houkuttelevat niin kotimaan kuin ulkomaan matkailijoitakin. Kesäisin majakkasaarille pääsee vesibusseilla. Joillekin saarille pääsee myös omalla veneellä. Majakat tarjoavat muun muassa kahvila-, ravintola-, kokous- ja majoituspalveluita niin päiväkävijöille kuin majakalla yöpyvillekin. Oheispalveluina Kylmäpihlajan majakka järjestää muun muassa opastettuja saarikierroksia sekä majakkatornikäyntejä. Vuodesta 2007 lähtien Kylmäpihlajan majakkaa ovat isännöineet Tom ja Suvi Lindqvist. Koulutukseltaan he ovat keittiömestareita. Vuodesta 2009 lähtien yrittäjäpariskunta on vastannut myös mantereella toimivasta tilausravintola Aarnkarista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on ollut perehtyä majakkamatkailuun Suomessa ja keskittyä erityisesti Rauman edustalla sijaitsevalla Kylmäpihlajan majakalla järjestettävään matkailutoimintaan. Tavoitteena on ollut selvittää asiakastyytyväisyyttä ja pohtia siitä tehtyjen johtopäätösten avulla ideoita toiminnan edelleen kehittämiseksi.

Opinnäytetyön teoreettinen tietoperusta käsittelee kvantitatiivista tutkimusta eli määrällistä tutkimusta ja sen tekemiseen liittyviä vaiheita, kuten kyselylomakkeen laatimista, tietojen keräämistä, käsittelyä ja analysointia. Käytännön osuudessa kvantitatiivista tutkimusta tarkastellaan asiakastyytyväisyyskyselyn näkökulmasta. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää majakalla vierailevien asiakkaiden tyytyväisyyttä yrittäjäpariskunnan tarjoamia palveluita kohtaan. Mahdollisia kehitysideoitakin pohditaan saatujen vastausten pohjalta.

Työssä käsitellään lyhyesti myös majakoiden historiaa, majakkamatkailun kehittämistä, elämyskäsitettä ja matkailua, Suomen majakkaseuraa sekä Kylmäpihlajan majakkaa, sen historiaa, liiketoiminnan kehittämistä sekä palveluita. Opinnäytetyötä tehtäessä oli myös tarkoitus harjoitella tutkimuksen tekemistä ja tulosten analysoimista sekä esittämistä.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin lomakekyselynä. Kysymykset olivat suljettuja eli vaihtoehtoja antavia kysymyksiä, joita kutsutaan myös monivalintakysymyksiksi tai strukturoiduiksi kysymyksiksi. Avointa kysymystä käytettiin selvitetessä, miten yrittäjät voisivat parantaa toimintaansa. Toimeksiantajalla on ollut myös mahdollisuus kommentoida ja antaa omia ideoita koskien kyselylomaketta, jotta se voisi kehittää liiketoimintaansa tai

tiettyä osa-aluetta entisestään sekä pitää vanhat asiakkaat tyytyväisinä ja tavoittaa uusia asiakkaita.

Lomakkeita jaettiin kahvilassa ja ravintolatiloiissa. Niitä jätettiin myös majoitustiloihin, jotta yöpyvilläkin asiakkailla oli mahdollisuus osallistua kyselyyn. Päiväkävijöiden vastaukset ovat poikenneet, mitä todennäköisimmin yöpyvien asiakkaiden vastauksista, sillä lyhyen oleilun aikana kokemukset kyseisestä palvelun tarjoajasta ovat voineet jäädä melko pintapuolisiksi, kun taas majakalla yöpyvät asiakkaat ovat ehtineet tutustumaan paremmin saareen ja yrittäjien tarjoamiin palveluihin.

2 MAJAKAT JA MATKAILU

Majakoiden menettäessä merkitystään merenkulun turvalaitteina ovat majakkalaitokset huomanneet, minkälaisia kansallisaarteita heillä on hallussaan, ja yhä useampia majakkatorneja on ryhdytty kunnostamaan nähtävyyksiksi ja matkailukohteiksi. Myös meriasioista sekä arkkitehtuurista kiinnostuneiden ihmisten keskuudessa majakoiden merkitys on lisääntynyt. (Laurell 2000, 7.)

2.1 Majakoiden historiaa

Majakoiden tarkoituksena on toimia merenkulkijoille paikanmäärityskohteina sekä ulkomerellä että rannikkoa lähestyttäessä. Niiden merkitys merenkululle on kuitenkin vähentynyt viime vuosikymmeninä elektroniikkaan ja satelliitteihin perustuvien paikannusjärjestelmien yleistymisen takia. Aikaisemmin majakat jaettiin kahteen pääryhmään: valaistuihin tulimajakoihin eli loistomajakoihin sekä valottomiin tunnusmajakoihin eli pookeihin. Loistomajakat mahdollistivat myös pimeällä tapahtuvan navigoinnin, kun taas pookeja voitiin käyttää vain päivänvalossa. 1900-luvun alussa sana majakka rajattiin tarkoittamaan ainoastaan valolaittein varustettuja majakkatorneja, jotka sijoitetaan tavallisesti avomeren yksinäisille matalille tai väylien alkamispaikkoihin. (Laurell 2000, 7–11.)

Maamme ensimmäinen valomajakka rakennettiin vuonna 1753 Utön kallioluodolle pohjois-Itämerelle Turkuun johtavan väylän suulle. Majakan pyöreä torni oli muurattu kivistä ja valaistuksena käytettiin kynttilöitä sekä öljylamppuja. Rautaisessa korissa palavat hiilet toimivat niin sanottuna lisävalona. Toinen majakka rakennettiin vuonna 1800 Porkkalaan Suomenlahdelle (Merenkululaitos 2008). Vuosien 1808–1809 sodassa Venäjää vastaan venäläiset hävittivät sekä Suomenlahden majakat että merimerkit pyrkimyksensä katkaista Suomen ja Ruotsin väliset yhteydet. Hävitykseltä säilyi ainoastaan Orregrundin tunnusmajakka. Myös Pohjanlahden tunnusmajakat olivat osa hävitysohjelmaa, mutta ne säilyivät paremmin, koska venäläisillä ei ollut täyttä toimintavapautta Pohjanlahdella ennen kuin sodan loppuvaiheessa (Laurell 2000, 19).

Suomen siirryttyä vuonna 1809 autonomisena suuriruhtinaskuntana Venäjän yhteyteen alkoi rannikoiden majakkaverkko hiljalleen hahmottua. Majakoita rakennettiin 1800-luvun jälkipuoliskolla kaikkiaan 18 kappaletta. Vuosisadan vaihtuessa Suomen vesillä oli 24 majakkaa. Ensimmäiset linssilaitteet majakoihin asennettiin 1860-luvun alussa. Valolaitteiden polttoaineena käytettiin petroolia. Vuodesta 1906 alkaen alettiin käyttää asetyleenikaasua ja ruotsalaisen Gustaf Dalenin kehittämää automaattisia valolaitteita. Suomen itsenäistyttyä vuonna 1917 majakoiden ylläpito siirtyi merenkulkuhallitukselle. Merkittävin kehityssaskel majakkatekniikassa otettiin 1950-luvulla, jolloin majakkalaivoja ruvettiin korvaamaan merenpohjaan perustetuilla pohjamajakoilla. Nämä arktisiin olosuhteisiin vahvistetut automatisoidut majakat kestävät liikkuvien jääkenttienkin paineen. Viimeiset kaasukäyttöiset majakat muutettiin sähkökäyttöisiksi vuonna 1992. (Merenkukulaitos 2008.)

Majakoiden sammuttua talveksi meren saatua jääpeitteen majakkamiehet perheineen asuivat silti majakkasaarilla yli talven. Ihmisten karusta elämästä kertovat muun muassa kovalta raatamisella raivatut peltotilkut kiviaitoiineen, pakarituvat isoine uuneineen ja leipävarataineen sekä virkatalot, joissa kukin asui säätynsä mukaisissa tiloissa (Laurell 2000, 14). Nykyisin kaikki Suomen majakat ovat miehittämättömiä. Viimeinen miehitetty majakka oli Pohjanlahden Norrskär, josta majakanvartijat poistuivat lopullisesti vuonna 1984 (Merenkukulaitos 2008).

2.2 Majakkamatkailun kehittäminen

Suomen merenkulkuhallinto on myynyt kolme majakkaa: vuodesta 2001 lähtien Bengtskärin majakka on kuulunut Turun yliopistosäätiölle. Kylmäpihlajan saaren sekä majakan on omistanut vuodesta 2000 alkaen Rauman kaupunki ja Söderskärin majakka Porvoon lähellä on ollut yksityisessä omistuksessa vuodesta 2003 lähtien. Kallbådanin majakka Porkkalassa vuokrattiin vuodeksi 2006. Vuokrasopimusta ei sittemmin enää jatkettu (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Lighthouse tourism development plan for Finland and Estonia 2008 – 2013. Programme). Nykyään merenkulkuhallinnolla on hoidossaan 49 majakkaa. Näistä 12 toimii kaapelista saatavalla verkkovirralla, kahdella on oma voima-asema, 16 toimii tuulienergialla ja 19 aurinkoenergialla (Merenkukulaitos 2008).

Bengtskärin majakka on ollut majakkamatkailun edelläkävijä. Vuonna 1995, jolloin majakka avattiin yleisölle, kävijöitä oli noin 1000. Strategisen kehityssuunnitelman mukaan vuoteen 2016 mennessä kävijöiden määrä kasvaa noin 20 000:een. Virallisten tilastojen puuttuessa majakoissa käyntien yhteismääräksi on arvioitu noin 40 000. Toisin sanoen majakkamatkailussa on ollut nähtävissä kasvusuuntaus. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Lighthouse tourism development plan for Finland and Estonia 2008 – 2013. Programme.)

Vierailun arvoisia majakoita ovat myös Kustavin kunnan luoteisosassa sijaitseva Isokarin majakka. Saarelle järjestetään päiväretkiä Kustavista ja Uudestakaupungista. Majakkaan voi tutustua oppaan johdolla. Kokkolan edustalla sijaitseva Tankarin majakkasaari on vanhaa hylkeenpyyntialuetta. Saarella voikin tutustua muun muassa hylkeenpyyntimuseoon. Saarella on lisäksi kahvila-ravintola ja vierasmajoja. Tilauksesta lämpiää myös savusauna. Stubben historiallisessa luotsipaikassa Uusikaarlepyyn edustalla luotsaustoiminta on lopunut, mutta majakka toimii yhä ja luotsiaseman tiloissa on hotelli- ja ravintolayritys. Maamme ensimmäiseen majakkaan, Utöhön, voi myös tutustua. Matka majakalle alkaa Nauvon Pärnäsistä ja kestää noin neljä tuntia. Hailuodossa sijaitsevaa Marjaniemen majakkaa pääsee ihailemaan läheltä, sillä se sijaitsee aivan leirintäalueen kupeessa. Majakan sisätilat eivät kuitenkaan ole avoinna yleisölle (Matkailusilmä 2005, 15). Matkailukäytössä olevat majakat näkyvät kartalla (LIITE 1). Osassa niistä ei ole palveluja, mutta niihin voi tutustua ohjatusti.

Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008–2013 määrittelee vision, strategian sekä toimintasuunnitelman Suomessa sekä kansainvälisen yhteistyön. Vision mukaan Suomen ja Viron majakat ovat kansainvälisesti tunnettuja. Suomessa yleisölle on avoinna vähintään 12 majakkaa ja Virossa 7. Matkareittien varrella Suomessa on vähintään 20 majakkaa ja Virossa 12. Molemmissa maissa majakoissa vierailee vähintään 60 000 henkilöä vuosittain. Ainakin Suomeen (tai sitten molempiin maihin) on perustettu kansallinen majakkatietokeskus. Matkailukäytössä oleville majakoille on laadittu laatukäsikirja, jossa on otettu huomioon palvelu-, turvallisuus- ja ympäristönäkökohdat. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland – Estonia. Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008 – 2013. Programme.)

Ongelmiakin löytyy. Majakat on suunniteltu navigointimerkeiksi ja siksi ne eivät vastaa kasvavan matkailun vaatimuksiin. Turvallisuuskysymyksiä tulisikin pohtia navigointilaitteiden häiriöttömän toiminnan ja myös vierailijoiden turvallisuuden näkökulmasta. Navigointilaitteiden häiriötön toiminta pyritään takaamaan rajoittamalla vierailijoiden pääsyä laitteiden luo. Lisäksi yleisön vapaa kulku vaatii majakkakohtaisia sääntöjä ja tarvittaessa rakenteiden tukemista tai lisäämistä, järjestelyjä majakalle pääsemiseksi, vierailijoiden lukumäärän ohjaamista sekä ensiapumahdollisuuksia. Suunnittelua kaipaavat myös pysäköintipaikat ja kävijöiden ohjaaminen, jossa on otettu huomioon muun muassa reitin epätaisisuudet, korkeat portaat ja viemärikaivot. Alueille tulisi lisätä huomautuksia ja varoituksia sekä tarvittavia aitauksia. Nähtäville tulisi laittaa lisäksi hätänumerot. Majakassa tulee lukita kaikki huoneet, joihin yleisön pääsy on kielletty. Tärkeää on myös varmistaa, että kohteet ovat turvallisia lapsille (kiipeämisen esteet, aitaukset, luukkulukitukset yms.). Majakkahenkilöstöä pitää lisäksi kouluttaa ensiaputilanteisiin. Tarvittaessa majakalla olevien kävijöiden määrää on rajoitettava. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008 – 2013. Programme.)

Strategian mukaan sidosryhmät keskittyvät majakkaseurojen ja yksittäisten majakoiden kehittäjätahojen ympärille. Yhteistyötä tehdään merenkulkuhallinnon viranomaisten ja muiden valtioviranomaisten kanssa tavoitteena säilyttää ja saada majakoita yleiseen käyttöön. Kysynnän kasvaessa otetaan matkailukohteena sopivat majakat mahdollisuuksien mukaan käyttöön. Investointiin ja matkailutuotteiden kehittämiseen haetaan EU:n rakennerahaston ja muiden rahoituslähteiden tukea. Tuotteita kehitetään ja markkinoidaan kansainvälisessä yhteistyössä. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008 – 2013. Programme.)

Toimintasuunnitelmassa Suomen kohdalla mainitaan muun muassa seuraavat kohdat: Merenkululaitos selvittää mahdolliset majakkamatkailukohteiksi soveltuvat kohteet ja pyrkii saamaan niitä yleiseen käyttöön joko myymällä tai vuokraamalla majakoita. Bengtskärin majakkaa kehitetään Turun yliopistosäätiön vuodelle 2016 ulottuvan vision avulla. Muille matkailukäytössä oleville majakoille laaditaan visio. Matkailukäytössä oleville majakoille laaditaan laatukäsikirja IALA:n ohjeistuksen pohjalta. Suomen majakkamatkailusta tiedotetaan kansallisesti ja kansainvälisesti sekä järjestetään vuosittain kansallinen majakkase-

minaari. Kansainvälisessä yhteistyössä kehitetään muun muassa majakkareittejä, -tuotteita, uusia käyttöideoita sekä tiedotus- ja markkinointiaineistoa. Lisäksi luodaan yhteisiä majakkamatkailun markkinointi- ja tiedotusverkostoja. Vaihdetaan eri maiden välillä kokemuksia majakoiden säilyttämisestä ja uusiokäytöstä. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008 – 2013. Programme.)

Majakkamatkailussa tulee ottaa huomioon sekä tavalliset matkailijat että majakka-asiantuntijat. Tavallisille matkailijoille riittää, jos he voivat tutustua majakan rakenteeseen sekä historiaan ja pääsevät korkeudesta katsomaan näköalaa. Asiantuntijat ovat kiinnostuneita taas majakan tornista, historiasta ja teknillisistä ratkaisuista (tulilaitteet, lyhtyhuone, lyhty). Suunniteltaessa majakkamatkailua tulisi ottaa huomioon molemmat kohderyhmät ja kehittää niille eri matkareitit sekä -ohjelmat. Lisäksi näille kohderyhmille on luotava palvelut (majoitus, ruokailu, opastus, infopisteet) ja yhteydet majakoille (tiet, laivayhteydet). (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008 – 2013. Programme.)

Kehittämistyössä vahvuuksia ovat erilaisten järjestöjen kiinnostus majakkamatkailun kehittämistä kohtaan sekä historiallisesti ja arkkitehtonisesti merkittävien majakoiden suuri lukumäärä. Sellaisten majakoiden, jotka ovat saavuttaneet menestyksellisesti matkailullisen vetovoiman, erityispiirteitä ovat sijainti luonnonkauniilla alueilla, oleellisen taustatiedon saanti majakoista sekä aktiivisen tuen saaminen Suomen merenkulkuhallinnolta. Mahdollisuuksia ovat suuren yleisön kiinnostuminen majakoista, koska ihmisillä on entistä enemmän rahaa ja aikaa matkustamiseen, taloudellinen tuki EU-ohjelmien kautta, ihmisten vapaan liikkumisen kasvu Euroopassa, uusien tuotteiden, kuten syntymäpäivien sekä häiden viettäminen, kokouspalvelujen käyttäminen, luonnon havainnoiminen, catering-palvelujen tulo markkinoille ja kansainvälisen yhteistyön lisääntyminen yleisellä tasolla. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Lighthouse tourism development plan for Finland and Estonia 2008 – 2013. Programme.)

Heikkouksia ovat taas useiden majakoiden huono rakenteellinen kunto tai vaikea pääsy majakoille, jotka sijaitsevat avoimen meren ympäröimillä pienillä saarilla. Monet matkailullisesti potentiaaliset majakat tarvitsisivat innostuneita kehittäjiä ja riittävää varallisuutta.

Majakoiden säilymisen vaaroina on muun muassa se, ettei valtio takaa riittävää taloudellista tukea esimerkiksi ylläpitokustannuksiin, jota ilman majakka, jolla ei ole niin sanotusti omia tuloja, ei tule toimeen. Naapurimaiden välisten erimielisyyksien sekä mahdollisten konfliktien johdosta majakoille pääsy voi estyä, tiukat luonnonsuojeluvaatimukset voivat rajoittaa matkailun kasvua rannikkoalueella. Majakoiden yksityistämisen jälkeen niiden julkinen käyttö voidaan lakkauttaa. (Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Lighthouse tourism development plan for Finland and Estonia 2008 – 2013. Programme.)

2.3 Elämys ja matkailu

Elämys liittyy väistämättä ihmiseen yksilönä. On kyse inhimillisestä kokemuksesta. Ihmisen sisäisen maailman kuvaamiseen psykologian käsitteistö antaa työkaluja. Tietoisuuden avulla ihminen käsittelee ympäristöstä saamia viestejä ja tuottaa niihin sopivaa toimintaa. Psykologit erottavat kolme tietoisuuden tasoa. Perustasolla ihminen on tietoinen häntä ympäröivästä maailmasta, hän ottaa vastaan havaintoja ja reagoi havaintoihin. Seuraavalla tasolla ihminen reflektoi oman tietoisuuden tasoa eli ymmärtää, mistä on tietoinen. Tällöin symbolinen tietämys vapauttaa ihmisen reaali maailman esineistä sekä tapahtumista ja antaa hänelle mielikuvituksen. (Borg, Kivi & Partti 2002, 25–26.)

Ihminen voi kuvitella, havainnollistaa, suunnitella ja keksiä. Korkein tietoisuuden taso on tietoisuus omasta itsestä ja siitä, että henkilökohtaisilla kokemuksilla on yksilöllinen luonne. Tietoisuus omasta itsestä antaa ihmiselle tunteen omasta henkilökohtaisesta historiasta ja identiteetistä. Tällä tietoisuuden tasolla yksilöllä on oma tietty maailmankuvansa ja toiminta sekä tulevaisuuden ratkaisut valitaan tämän maailmankuvan mukaisesti. (Borg ym. 2002, 26.)

Elämyksen, yleensäkin kokemuksen ulottuvuudet voidaan rinnastaa tietoisuuden tasoihin. Kokemus tarkoittaa sitä, että ihminen havaitsee jotakin. Havainto voi tapahtua näkemällä, kuulemalla, haistamalla, maistamalla, tuntemalla tai tasapaino-aistimuksen kautta. Ihminen reagoi havaintoon, mutta ei reflektoi sitä. Tällöin ei kuitenkaan voida oikeastaan puhua kokemuksesta. Kokemuksessa havaintoon liittyy merkityksen antaminen havainnoille ja kokemus syntyy symbolisen tietoisuuden tasolla. (Borg ym. 2002, 26.)

Elämystä ei pidetä pelkästään psykologisena tilana, vaan se käsitetään myös prosessiksi, joka liittyy tekemiseen. Ei-toiminnallisiin tapahtumiin, kuten asioihin, ilmiöihin ja esineisiin kohdistuvaa toimintaa voidaan kutsua tekemiseksi. Matkailussa voidaan ajatella tekemisen kohdistuvan juuri elämykseen. Matkailu on elämyksen tavoittelua. Suunnitellessaan matkalle lähtöä ihminen alkaa luoda mielikuvia, toiveita ja unelmia siitä olotilasta, jonka matkan pitäisi toteuttaa. Elämyksen ideaali syntyy ihmisen mielessä. Se, miten tämä ideaali toteutuu matkalla, on varsinainen elämys, jota sitten arvioidaan jälkikäteen. (Borg ym. 2002, 27.)

Matkailupalveluja tuottava yritys ei voi varsinaisesti tuottaa elämystä asiakkaalle, sillä elämys syntyy matkailijan mielessä. Ammattitaitoinen yrittäjä ja palvelujen tuottaja tai toteuttaja voi kuitenkin keskittyä siihen osaan elämyksestä, mihin hän pystyy vaikuttamaan, eli palvelun tekniseen laatuun ja vuorovaikutukseen ihmisten välillä. Asiakkaan mielessä syntyvä kokonaiskokemus koostuu monista eri tekijöistä, jotka palvelun tuottajien kannalta ovat erillisiä tuotannollisia prosesseja, kuten majoituspalvelu, ateria tai ohjelmapalvelun toteuttaminen. (Verhelä & Lackman 2003, 35–36.)

Kulttuurierojen huomioiminen on tärkeää ohjelmapalveluissa, sillä Suomessa ulkomaiset asiakkaat käyttävät paljon matkailun ohjelmapalveluita. Samoin suomalaiset asiakkaat osallistuvat ulkomailla ohjelmapalveluihin. Ohjelmapalvelun tuottajan kannalta oleellista on se, etteivät kulttuuriset eroavaisuudet eri ihmisten ja kansojen välillä pääse häiritsemään elämyksen syntymistä. Keskeisin kysymys on, miten paljon omaa kulttuuria on vieraasta kulttuurista tuleville järkevää tarjota. (Verhelä & Lackman 2003, 36.)

Kylmäpihlajan majakalla matkailijat voivat kokea erilaisia elämyksiä. Majakkasaaren maisemat kasveineen, kallioineen ja lintuineen tarjoavat ainutlaatuisen luontoelämyksen. Asiakkaiden on mahdollista osallistua myös opastetuille saarikierroksille. Majakan ravintola tarjoaa makuelämyksiä erilaisten liha- ja kalaruokien muodossa. Yhteistyössä paikallisen elämyspalveluita tarjoavan yrityksen kanssa tarjotaan lisäksi erilaisia ohjelmapalveluita, kuten köysillä laskeutumista majakan tornista.

2.4 Suomen majakkaseura

Suomen Majakkaseura - Finlands Fyrsällskap on perustettu kesäkuussa 2003. Yhdistyksen perustamiseen merkittävänä syynä on ollut se, ettei majakoille ole ollut näköpiirissä turvaa mistään. Suomessa on vain parikymmentä historiallista majakkaa, eikä niistä ole varaa menettää yhtäkään. Söderskärin majakka oli kuitenkin jo seuran perustamisen aikaan käytännössä hylätty. Märketin majakka Ahvenanmaalla on myös keskeinen suojelukohde. (Suomen Majakkaseura - Finlands Fyrsällskap 2006a.)

Seuran toiminta lähti vauhdilla liikkeelle, sillä ensimmäiset tutustumismatkat majakoille tehtiin jo kesän 2003 lopulla. Ensiksi kohteina olivat Viron pohjoisrannikon vanhat majakat, sitten Glosholmin majakan rauniot Porvoossa ja sen jälkeen Kylmäpihlajan ”matkailumajakka” Raumalla. Kyseinen majakka valittiin kohteeksi sekä sen komean ulkomuodon että kiinnostavan sijainnin takia. Se on myös yksi ensimmäisistä matkailukäyttöön otetuista majakoista. Majakkahistorian lisäksi pieni saari tarjoaa kauniit merimaisemat ja hienon luonnon. (Suomen Majakkaseura - Finlands Fyrsällskap 2006c, 2006f.)

Jäseniä yhdistyksellä on yli 600 ympäri Suomea. Keskeisenä yhteistyökumppanina toimii muun muassa Merenkululaitos. Seuralla on myös kansainvälisiä yhteyksiä. Toimintansa se rahoittaa jäseniltä kerättävillä jäsenmaksuilla ja julkaisutoiminnallaan. Suurin osa kunnostustoista rahoitetaan taas jo kolmatta kertaa ilmestyneen Majakkasaaret-kalenterin myynnistä saatavalla tuotolla. Seura myy lisäksi postikortteja ja suosittua Suomen majakat 1910 -julistetta, jonka uusintapainos on ilmestynyt keväällä 2009. Yhdistys on saanut toimintaansa varten myös avustuksia ja lahjoituksia. Majakkaseuran tarkoituksena on edistää Suomen majakoiden ja muiden merenkulun turvalaitteiden suojelua ja säilyttämistä sekä niiden kulttuuriperinnön vaalimista. Se pyrkii tuomaan esiin muun muassa uhattujen majakoiden tilanteen myös julkisuudessa sekä turvaamaan niiden tulevaisuuden. Lisäksi se toimii majakkaharrastajien yhdyssiteenä ja edustaa Suomea kansainvälisessä majakkaharrastajien yhteisössä. (Suomen Majakkaseura - Finlands Fyrsällskap 2006b, 2006d.)

Vuonna 2005 seura vuokrasi Metsähallitukselta Hangon edustalla sijaitsevan Gustavsvärnin majakka- ja linnoitussaaren sumusireeninhoitajan talon, jota se kunnostaa ja entisöi pääosin talkoovoimin. Vuonna 2007 alkanut projekti ”Rädda Märket” tähtää taas Ahvenanmerellä sijaitsevan Märketin majakan pelastamiseen ja kunnostamiseen. Kymmenet

talkoolaiset ovat kunnostaneet majakkaa nyt kolmen sesongin ajan ja majakan tulevaisuus näyttää valoisalta. (Suomen Majakkaseura - Finlands Fyrsällskap 2006e.)

Vuosittain yhdistys pyrkii tekemään 3–5 retkeä niin kotimaisille kuin ulkomaisille majakoille. Matkat on tarkoitettu Suomen Majakkaseuran jäsenille sekä perhejäsenyyden hankineille. Retket ajoittuvat kaikkiin vuodenaikoihin. Painopiste on kuitenkin sekä alku- että loppukesässä. Retkien tarkoituksena on hakea tietoa sekä elämyksiä ainutlaatuisista majakaympäristöistä sekä huvia että hyödyn vuoksi. Matkoille on osallistunut yleensä noin 15–25 henkilöä, ja ne tehdään useimmiten kimppakyytiperiaatteella. Matkoihin liittyy yleensä myös vesistöosuus. (Suomen Majakkaseura - Finlands Fyrsällskap 2006a.)

3 KYLMÄPIHLAJAN MAJAKKA

Rauman saariston uloimmalla luodolla, Raumanmeren äärellä, kymmenisen kilometriä mantereesta sijaitseva Kylmäpihlajan majakka tarjoaa ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalveluita. Rauman kaupunki osti saaren ja majakan vuonna 2000, ja yleisölle se avattiin vuonna 2001. Kesäaikaan saarelle pääsee niin omalla veneellä kuin vesibussillakin. Saaristoristeilyjä Poroholma–Kuuskajaskari–Kylmäpihlaja sekä Kylmäpihlaja–Kuuskajaskari–Poroholma ajetaan päivittäin. Keväisin ja syksyisin vesibussit ajavat vain tilauksesta. (Kylmäpihlajan majakka hotelli ja ravintola 2009f; Rauman Matkailu 2005, 2008.)

Rauman edustan saaristomatkailukohteet ja niiden sijainti näkyvät liitteenä olevalta kartalta (LIITE 2). Poroholma on reittiliikenteen lähtöpiste lähellä kaupungin keskustaa sijaitsevalla leirintäalueella. Myös Rauman sataman Suojan laiturista on tilausristeilyliikennettä Kylmäpihlajaan.

3.1 Yleistä Kylmäpihlajasta

Lähes yhdeksän hehtaarin kokoinen saari nousi merestä vuoden 1200 tienoilla. Ensimmäisten satojen vuosien aikana luoto lienee ollut vain satunnainen käyntikohde lintujen metsästyksen, munien ja höyhenten keruun muodossa sekä levähdyspaikkana kalastuksen lomassa. Saari oli kuitenkin jo 1600-luvulla Rauman saariston tapaan kesäisessä vuokralaidunnuksessa lampaille. Karttanimen saari on saanut 1700-luvun aikana. Tuolloin sen nimi oli Kylmä, myöhemmin Kylmä-Pihlava ja Kylmä-Pihlaja. (Visitrauma 2010.)

Saari on saanut kasvinsa merestä nousevan luodon tyypilliseen tapaan. Maatuva rakkolevä on lisännyt kasvupohjaa, ja lintujen typpipitoiset ulosteet ovat lisänneet ravinteikkuutta. Ensiksi ovat tulleet jäkälät ja levät, sitten suolaveden kestävät rantakasvit. Saaren noustessa maa-aines lisääntyi ja muodostui sadevesilampareita sekä ohutturpeisia soistumia. Tuulen, meren ja lintujen mukana luodolle on kulkeutunut uusia kasveja. (Visitrauma 2010.)

Majakka ja sen yhteyteen rakennettu luotsiasema valmistuivat vuonna 1953 Kylmäpihlajan saarelle. Niin sanottu monitoimirakennus korvasi Rauman majakkalaivan, joka siirrettiin

Kemin edustalle. Majakassa oli asuinhuoneet 12 luotsille ja kutterinhoitajille, majakkamestarille, väylävahdeille sekä emännälle. Kerroksia siinä on 11 ja tornin korkeus on yli 36 metriä merenpinnasta. Kylmäpihlajan majakka on toiminut alkuajoista lähtien myös virallisena sääasemana, jonka säätiedot luetaan päivittäin radiossa. Majakan valo (1,26 miljoonaa kandela) näkyy yhä 15 meripeninkulman eli lähes 30 kilometrin päähän. Valoineen se toimiikin edelleen merenkulun turvana. Alkujaan majakkatornin valolaitteistoon virran kehittivät kellarikerroksessa sijaitsevat dieselgeneraattorit. Tällä hetkellä majakka on yhdistettynä kaapelilla valtakunnan sähköverkkoon. Saareen on vedetty myöhemmin myös vesijohto mantereelta. (Kylmäpihlajan majakka hotelli ja ravintola 2009a; Laurell 2000, 160–161.) Yleisnäkymää saaresta ja sen rakennuksista voi tarkastella liitteenä olevasta valokuvasta (LIITE 3).

Kesällä 2001 saarella tehtiin kasvi-inventointi, ja luodolta löytyi 162 kasvilajia. Tyypillisiä ja näkyviä kasvustoja tyrnin lisäksi ovat osin läpikulkemattomat katajikat ja variksenmarjatot kallioalueilla. Muutama mänty, koivu, kuusi ja jokunen pihlajakin saarella kasvaa. Rannoilta löytyy vain Pohjanlahdella kasvava pohjanlahdenlauha. Muita tunnusomaisia ulkosaaristolajikkeita ovat muun muassa ruoholaukka, meriputki, meriasteri, merikaisla, ahomansikka, keltamatar, ranta-alpi, rantakukka, keltamaksaruoho ja keto-orvokki. Ihmisen mukana kulkeutuneita kasveja ovat ainakin vuorenkilpi, hansaruusu, lupiini ja omenapuu. Useammalla lajilla on vain muutaman yksilön kasvusto. Sellaisia ovat esimerkiksi pensaikkotatar, pohjansilmäruoho, syyläjuuri, kissankäpälä, riippasara sekä kallioimarre. (Visitrauma 2010.)

Myös saaren linnusto laskettiin kesällä 2001. Saarelta löydettiin 28 pesivää lintulajia. Neljä tunnusomaisinta lintulajia saarella ovat haahka, lapintiira, tylli ja räystäspääsky. Pilkkasii-ven lisäksi muita sorsalintuja ovat heinäSORSA, isokoskelo, pikkukoskelo, haapana ja tukkasotka. Ainut saaristoon erikoistunut varpuslintu, luotokirvinen, pesii myös saarella. Muita pesiviä varpuslintuja ovat peippo, viherpeippo, västäräkki, kivitasku, hernekerttu, haarpääsky, punavarpuunen ja pensaskerttu. (Visitrauma 2010.)

3.2 Liiketoiminnan kehittäminen

Vuonna 2001 julkaistussa Kuuskajaskarin linnakesaaren ja Kylmäpihlajan majakkasaaren käyttö- ja liiketoimintasuunnitelmassa majakkasaaren kehittämisideat, matkailullinen liikeidea, majakkayrityksen alihankintaverkosto ja liiketoiminnan vaatimat lisäinvestoinnit on määritelty kehittämisideoiden mukaan seuraavasti. Saaren palvelujen tulee vastata yrittäjäasiakkaiden laatuvaatimuksia. Saarella toteutetaan vain peruspalvelut (majoitus-, kokous- ja ravintolapalvelut). Oheispalvelut (aktiviteetit ja elämykset) voidaan toteuttaa merellä tai Kuuskajaskarissa. Asiakkaiden käytössä tulee olla Charter-kuljetuspalvelut. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 22.)

Veneilijöille suunnatun palvelusataman edellytyksinä ovat satama-altaan ympäristön siistiminen, palvelujen lisääminen satamarakennuksiin sekä laituripaikkojen lisääminen. Syysaikaan majakkasaari voisi toimia retriittikohteena viikonloppuisin. Kyseinen ”matkailumuoto” herättää yhä enemmän kiinnostusta, joka luo kysyntää muuten ehkä hiljaiselle ajanjaksolle. Kansallispuiston keskuksena majakkasaari mahdollistaisi luontoharrastajien saaristoluonnon sekä etenkin lintujen syys- ja kevätmuuton tarkkailun. Intressikyselyssä esiin nousseita muita kommentteja olivat mm. sataman alueen palvelujen lisääminen sekä rantasaunan rakentaminen, yhteistyö muiden majakkakohteiden kanssa Suomessa ja kansainvälisesti sekä eri asiakasryhmät huomioiva tuotekehitys ja markkinointi. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 22–23.)

Kylmäpihlajan matkailullinen liikeidea jakautuu kolmeen eri osaan eri asiakassegmenttien mukaisesti. Matkailukohde tarjoaa matkailijoille majoitus-, ravitsemis- ja kokouspalveluja, venesatamapalveluja sekä opastettuja käyntejä saarella. Majakan matkailutuotteita eri vuodenaikojen mukaan ovat pienkokoukset eli pienille ryhmille läpi vuoden tarjottavat kokouspalvelut, jotka voivat olla luonteeltaan päiväkokouksia tai pidempiä majoituksen sisältäviä kokous- ja ohjelmalveluyhdistelmiä. Pääasiallinen kysyntä ko. tuotteille kohdistuu arkipäiviin. Tarjolla tulisi olla myös kannustintuotteita (incentivetuotteet), sillä yritykset haluavat tarjota työntekijöilleen ja asiakkailleen erilaisia elämyksiä kannustinohjelmien puitteissa. Pääpaino ei ole niinkään varsinaisessa työnteossa vaan virikkeellisessä yhdessä viihtymisessä motivoinnin merkeissä. Tällöin hyvän majoitusliikkeen tuoteportfolioon kuuluu majoitus- ja ravitsemispalvelujen lisäksi ohjelmallinen elämyspalvelu. Tämän tyyppisille tuotteille on kysyntää läpi vuoden ja se kohdistuu pääosin arkipäiviin. Saari

soveltuu myös ulkomaisten matkailijoiden käyntikohteeksi. Ulkomaiset matkailijat todennäköisesti ovat suomalaisten yritysten vieraita, jolloin heillekin voi suunnitella erilaisia ohjelmapalvelullisia tuotekokonaisuuksia. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 35–37.)

Majakkayritys voisi talviviikonloppuina tarjota erilaisia teemallisia viikonloppupaketteja. Tällaisia voisivat olla esim. retriittiviikonloppupaketti, juhlapyyhiin liittyvät teemalliset tuotteet (majakkajoulu, uusivuosi ja -pääsiäinen) ja erilaiset kulttuuriin liittyvät teemalliset tuotteet kuten musiikki-, maalaus- ja kirjallisuusteemapaketit. Kevät–kesä -jaksolla tarjotaisiin edullisia perheviikonloppupaketteja, jolloin perheiden pienimmille on suunniteltuna erilaista aarresaariseikkailuohjelmaa. Majakkasaareen tutustumisen (päiväkävijät ja veneilijät) pääsesonki on vesibussiliikenteen mukaisesti alkukesästä alkusyksyyn. Maksulliset tutustumiskäynnit tapahtuisivat vesibussiliikenteen mukaisesti päivisin noin kolmen tunnin välein opastuksen kera. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 37.)

Eri harrastajaryhmille tarjotaan erilaisia ohjelmapalvelupaketteja. Pääasiallinen kysyntä ko. tuotteiden osalta keskittyisi alkukevät-, kesä- ja alkusyksyajalle. Tällaisia ohjelmapalvelutuotteita voisivat olla muun muassa kalastus-, sukellus- ja lintuharrastepalvelut. Edellä mainitut tuoteryhmät ovat viitteellisiä siinä mielessä, että tulevan majakkayrittäjän innovatiivisuudesta riippuen tuotekokonaisuudet voivat olla mitä vain. Saarikohteen ongelmallisina ajankohtia kysynnän osalta on todennäköisimmin talviaika, jolle tuoteinnovaatioita tarvitaan. Tuotteita ohjelmapalvelujen avulla erilaistamalla majakan houkuttelevuus käyntikohteena lisääntyy ja yrityksen tuotteiden hinnoittelujousto paranee. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 37.)

Majakkayrityksen ravintolapalveluiden tulee olla normaalin hotellin tasoisia palveluita. Täydet anniskeluoikeudet, aamiaiset, lounas- ja listaruokapalvelut kuuluvat majakkayrityksen ravintolan arkipäivään. Imagollista erilaistumista tulee tehdä ravintolapalvelujen suhteen. Tällöin kysymykseen voisi tulla saaristolaismenun tarjoaminen ja erilaiset teemalliset ruokaviikot. Yritysasiakkaiden vaatimuksena on yleensä ruokapalvelujen korkea taso sekä täydet anniskeluoikeudet. Koko majakkayrityksen imagoon vaikuttaa hyvin paljon, paitsi ystävällisen palveluhenkilökunnan luoma ilmapiiri, myös ravintolapalvelujen taso. Ravintolapaikkojen määrä tulisi olla noin 60–80, jolloin tyydytetään sekä päiväkävijöiden että kokous- ja majoitusasiakkaiden yhtäaikaista tilojen tarve. Muiden palveluiden kohdalla mainitaan, että kioskitoiminnan mahdollisuus tulisi myös selvittää (esim. satama-alue),

koska monet päiväkävijät eivät tutustumiskäynnin yhteydessä välttämättä halua ostaa ruokapalveluita. Kioskitoiminnan yhteydessä voidaan myydä matkamuistoja sekä saarella myytäviä muita palveluja. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 37–38.)

Majakkayrityksen alihankintaverkoston tulisi pitää sisällään lukuisan määrän muita palveluntuottajia. Tulevasta yrittäjästä riippuu tietysti, paljonko yrittäjä pystyy tuottamaan itse ja paljonko hän ostaa muilta palveluntuottajilta omien tuotteidensa osakokonaisuuksia. Todennäköisesti kannattavampaa ja tehokkaampaa majakkayrittäjälle on ostaa osa niistä muilta. Tällaisia yhteistyöpartnereita ovat mm. vesibussiliikenneyrittäjä, chartervenepalveluita tarjoavat yritykset, erilaisten harrasteammattilaisten ohjelmapalveluverkosto (kalastajat, muusikot, taitelijat, näyttelijät, oppaat ja muut harrasteasiantuntijat) sekä cateringpalveluja tuottavat yritykset. Tämän lisäksi yrittäjän tulee tehdä yhteistyötä julkisen sektorin palveluja tuottavien organisaatioiden kanssa (kulttuuri-, urheilu-, koulutus- ja virkistyssektori sekä luotsi- ja satamalaitokset). (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 38.)

Laaja alihankintaverkosto takaa yrittäjälle mahdollisuuden tarvittaessa saada tarkasti kohdennettua lisäpalvelua omille asiakkailleen ja lisäarvoa omille tuotteilleen. Alihankintaverkoston yhteistyön avulla majakkayrittäjä pystyy kehittämään sellaisia tuoteinnovaatioita, joita yksin ei pysty tai ei osaa toteuttaa. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 38.)

Majakkayrityksen liiketoiminnan vaatimat lisäinvestoinnit käsittävät seuraavia asioita. Satama-alueelle rakennetaan aallonmurtajan läheisyyteen 20 vierasvenepaikkaa. Varsinainen nykyinen satama-alue rauhoitetaan huolto- ja vesibussiliikenteelle. Satama-alueen nykyisiä rakennuksia hyödynnetään siten, että niihin sijoitetaan veneilijöille tarjottavat peseytymis- ja WC-tilat, kioskimyyntitilat sekä jäte- ja vesihuoltoon tarvittavat laitteet tiloihin ja grillausmahdollisuus katoksen suojaan. Samaan yhteyteen suositellaan rakennettavaksi kansallispuiston opastuspiste. Uuden venepaikka-alueen läheisyyteen rakennetaan kokonaan uusi pienkokouksille soveltuva rantasauna- ja kokoustila, jota vuokrataan tuntiperiaatteella sekä majoitus-, kokous- että veneilyasiakkaille. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 38.)

Helikopterikentän rakentamismahdollisuutta suositellaan, sillä esim. Bengtskärin majakka-saarella vastaava rakentaminen on toteutettu. Kylmäpihlajaan ja Kuuskajaskariin on aikaisemminkin kuljettu helikopterilla, joten varsinainen laskeutumispaikka on osoitettavissa.

Ideana on piristää yritysasiakkaiden kokouskysyntää talvella tarjoamalla helikopterikyyti saarelle. Mikäli Kylmäpihlajan saarelle pääsy talvella voidaan muuten ratkaista, ei välttämättä helikopterikenttää/-toimintaa tarvita. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 38–39.)

Saaren luontoympäristön suojelemiseen ja ylläpitoon liittyvinä mainitaan seuraavat asiat. Saaren herkkä kasvi- ja lintukanta edellyttää matkailijoiden kulkureittien merkitsemistä poluin, viitoin ja opastustauluin. Tietyt alueet saaresta rajataan kokonaan suljetuiksi alueiksi. Uimarantojen osoittamista viitoituksin suositellaan, jolloin lyhyemmänkin ajan viipyvä asiakas löytää uintipaikan helposti. Roska- ja tupakka-astiat ulkona ovat ensiarvoisen tärkeitä, jotta siisteystaso voidaan säilyttää ruuhkaisimpinakin sesonkiaikoina. Lemmikkieläinten liikkumista saarella tulee rajoittaa siten, että ne on pidettävä kytkettynä. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 39.)

Itse majakkarakennus vaatii lähinnä sisäisiä kunnostustöitä majoitushuoneiden, ravintola-, kokous- ja saunatilojen osalta. Konsulttien näkemyksen mukaan majoitushuoneet tulee muuttaa hotellitasoisiksi majoitustiloiksi. Poikkeuksena ko. vaatimukseen on, että itse huonetiloihin ei asenneta suihku- ja WC-tiloja, vaan ne ovat käytävillä eri kerroksissa vain majoitusasiakkaiden käytössä. Ravintolatilojen osalta todetaan edellä esitetty näkemys paikkamäärästä (mahdollinen laajennus) ja keittiön ajanmukaistaminen suurempien ryhmien palvelemista ajatellen. Alakerran sauna- ja suihkutilat tulee kunnostaa asianmukaisiksi, jolloin majoitusasiakkailla on mahdollisuus ilta- ja aamusaunaan (mies- ja naisvuorot). Alakerran tiloihin kunnostetaan pienryhmiä varten kokoustilat, jotka varustetaan asianmukaisella kokoustilatekniikalla. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 39.)

Yleisesti ottaen majakan kunnostustyöt vaativat erillisen sisustussuunnitelman ja kunnostusarvion. Tavoitteena on keveiden kunnostus- ja sisustustöiden avulla saada aikaan vaikutelma siististä, keskitasoisesta majoitusliikkeestä. Teemallista sisustamista tulee myös harkita, esim. meri- ja kalastusaihe, jolloin vähäiselläkin rekvisiitilla saadaan aikaan mukavia mielleyhtymiä. Tornin näköalatasanteiden turvallisuus ryhmille tulee varmistaa sekä tehdä tarvittavat korjaus- ja muutostyöt. Vaikka matkailijat oppaan ohjauksessa menevätkin näköalatasanteelle, turvallisuusaspekti on huomioitava etukäteen. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2001, 39.)

3.3 Ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalvelut

Asiakaspaikkoja majakan ravintolassa on 30. Tarjolla on sekä liha- että kalaruokia. Ravintolassa on lisäksi A-oikeudet. Yrityksille sekä yksityisille henkilöille järjestään myös niin sanottuja tilaus- ja ryhmämenuja sekä tilausbufetteja. Rantavajassa sijaitsevassa kahvilassa myydään muun muassa kahvia sekä suolaista ja makeaa pikkupurtavaa. Kahvilan yhteydessä toimivasta myymälästä voi ostaa kotiin viemisiksi saaristolaisaiheisia käsitöitä, vaatteita, kirjoja tai postikortteja. Hotellissa on kaikkiaan 11 majoitushuonetta, joista suurin osa on kahden hengen huoneita. Huoneet sijaitsevat majakan tornissa, ja jokaisesta on merinäköala. Valvomo-niminen kokoustila sijaitsee myös tornissa, ja se on tarkoitettu 14 henkilölle. Tilasta löytyy kannettava dataprojektori, valkokangas, fläppitaulu, valkotaulu sekä piirtoheitin. Ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalvelujen lisäksi asiakkaiden on mahdollista vuokrata esimerkiksi kajakkeja, kalastusvälineitä tai lintukiikareita. (Kylmäpihlajan majakka hotelli ja ravintola 2009b, 2009c, 2009d, 2009e.)

Majakkasaari tarjoaa elämyksiä niin nuoremmille kuin vanhemmillekin kävijöille. Ravintola-, kahvila-, majoitus- ja kokouspalveluiden lisäksi järjestetään erilaisia oheispalveluita, kuten opastettuja saarikierroksia ja majakkatornikäyntejä. Vierailijoiden käytettävissä on myös sauna, kylpytynnyri sekä uimaranta. Veneilijöille tarjotaan erilaisia satamapalveluja. Majakan yrittäjäpariskunta palvelee asiakkaita tilauksesta myös kesäsesongin ulkopuolella.

4 KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS

Kvantitatiivisen tutkimuksen eli määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiöissä tapahtuneita muutoksia. Tutkimus vaatii riittävän suurta ja edustavaa otosta (Heikkilä 2004, 16). Tutkimuksen yhtenä tarkoituksena on myös selittää, kuvata, kartoittaa, vertailla tai ennustaa ihmistä koskevia asioita sekä ominaisuuksia tai luontoa koskevia ilmiöitä (Vilkka 2007, 19).

4.1 Tutkimustyyppit ja tutkimusprosessi

Selittävän tutkimuksen tavoitteena on esittää asioiden välisiä syy-seuraussuhteita eli kausaalisuhteita. Tutkimustyyppi pyrkii myös osoittamaan, millä tavalla esimerkiksi tapahtumat, käsitykset, mielipiteet tai asenteet eroavat tai liittyvät toisiinsa. Kuvailuva tutkimus pyrkii esittelemään tai luonnehtimaan tarkasti sekä johdonmukaisesti tapahtuman, ilmiön, tilanteen, toiminnan, henkilön tai asian keskeiset, näkyvimvät tai kiinnostavimmat piirteet. Kuvauksen perusteella lukija voi itse muodostaa oman näkemyksensä esimerkiksi tutkitun asian kehityssuunnista tai eri tekijöiden asemasta. Kartoittavalla tutkimuksella haetaan uusia näkökulmia. Sen avulla voidaan tutkia myös vähäntunnettuja asioita ja selvittää tarkasteltavasta aiheesta kirjallisuutta sekä sen sisältöjä ja kehittää hypoteeseja eli tutkimusprosessia ohjaavia ja suuntaavia väitteitä. Tarkasteltavasta asiasta voidaan löytää edelleen keskeisiä malleja, teemoja, luokkia ja tyypittelyjä, joiden pohjalta voidaan taas piirtää asiaa tai ilmiötä koskeva ”kartta”. (Vilkka 2007, 19–20.)

Vertailevassa tutkimuksessa vertaillaan ihmistä koskevia asioita tai luontoa koskevia ilmiöitä eri paikoissa tai eri aikoina. Tarkoituksena on ymmärtää tarkasteltavaa asiaa kahden tai useamman tutkimuskohteen avulla sekä tuoda esille asioiden välisiä eroavuuksia. Ennustavalla tutkimuksella hankitaan tietoa, jonka avulla pyritään arvioimaan tai ennustamaan esimerkiksi ihmistä koskevan asian tai luontoa koskevan ilmiön ilmenemismuotoja tai seurauksia eri asiayhteyksissä tai eri aikakausina. (Vilkka 2007, 21–22.)

Kvantitatiivisen tutkimusprosessin eri vaiheita ovat tutkimusongelman määrittäminen eli aihealueen valinta, tavoitteiden asettaminen sekä taustatietojen hankkiminen. Aikaisempiin tutkimuksiin ja kirjallisuuteen tulisi myös perehtyä. Tutkimussuunnitelman laatiminen pitää sisällään tutkimuksen tavoitteen täsmentämisen, tutkimusmenetelmän valitsemisen, budjetin ja aikataulun laatimisen, tietojen hankintatavasta päättämisen, perusjoukon ja otoksen määrittämisen, otantamenetelmän valitsemisen sekä aineiston käsittelytavasta päättämisen. (Heikkilä 2004, 25.)

Mahdollisten hypoteesien laadinta tulisi olla myös osa prosessia. Ne muodostetaan teorian tai aikaisempien tutkimusten pohjalta ja esitetään tarkastamista, joko vahvistamista tai kumoamista, varten. Kerätyn tutkimusaineiston avulla tutkitaan, pitävätkö hypoteesit paikkansa. Tiedonkeruuvälineen rakentaminen, esimerkiksi lomakkeen laatiminen, tietojen kerääminen, tietojen käsittely ja analysointi, tulosten raportointi sekä johtopäätösten teko ja tulosten hyödyntäminen ovat myös tutkimusprosessin keskeisiä vaiheita. (Heikkilä 2004, 25.)

4.2 Tiedon keruumenetelmät

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan hyödyntää olemassa olevaa aineistoa, kuten muiden keräämiä tilastoja, erilaisia rekistereitä tai tietokantoja. Merkittävin tilastojen tuottaja Suomessa on valtion ylläpitämä Tilastokeskus. Myös valtionhallinnon laitokset ja kunnat sekä useat yritykset ja järjestöt tuottavat erilaisia tilastoja. Valmista materiaalia joudutaan kuitenkin usein muokkaamaan, yhdistelemään sekä tarkistamaan ennen sen käyttöä. Tutkimukseen tarvittavat tiedot voidaan kerätä myös itse. Kerätessä itse aineistoa on päätettävä tutkimusongelman perusteella, mikä on kohderyhmä ja mikä tiedonkeruumenetelmä soveltuu parhaiten kyseiseen tilanteeseen. Vaihtoehtoina ovat postikysely, puhelin- tai käyntihaastattelu sekä informoitu kysely, joka on niin sanottu kirjekyselyn ja henkilökohtaisen haastattelun välimuoto. Siinä haastattelija vie tai noutaa kyselylomakkeet henkilökohtaisesti. Tarvittaessa hän voi myös tarkentaa kysymyksiä tai tehdä joitakin lisäkysymyksiä. (Heikkilä 2004, 18.)

Internetissä tehtävät www-kyselyt ovat yleistymässä, mutta ne soveltuvat ainoastaan sellaisten perusjoukkojen tutkimiseen, joissa jokaisella jäsenellä on mahdollisuus käyttää In-

ternetiä. Tällaista suunnitelmallista kysely- tai haastattelututkimusta kutsutaan myös survey-tutkimukseksi. Tutkimusmenetelmä on tehokas ja taloudellinen tapa kerätä tietoa, kun tutkittavia on paljon. Survey-tutkimuksen aineisto kerätään tutkimuslomakkeella. (Heikkilä 2004, 18–19.)

Liian alhainen vastausprosentti voidaan välttää suunnittelemalla kyselyn ajoitus etukäteen. Varsinkaan vuodenaikoihin ja sesonkeihin tiiviisti liittyvät asiat eivät ole korjattavissa uusintakyselyllä tai muistutuksilla. Tällaisia tutkimuskohteita ovat muun muassa matkailu- ja ravintolatoiminta. (Vilka 2007, 28.)

4.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Lomakkeen tekeminen vaatii muun muassa tutustumista aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen, tutkimusongelman eli asian, johon tutkimuksella pyritään saamaan ratkaisu pohtimisesta sekä täsmentämistä, keskeisten käsitteiden määrittelyä ja tutkimusasetelman valintaa. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon myös se, miten aineisto tullaan käsittelemään. (Heikkilä 2004, 47.)

Ennen kyselylomakkeen tekemistä tulisi tietää, mihin kysymyksiin haetaan vastauksia. Etukäteen on selvitettävä myös ne taustatekijät eli selittävät muuttujat, jotka mahdollisesti vaikuttavat tutkittaviin asioihin eli selitettäviin muuttujiin. Lisäksi on varmistettava, että tutkittava asia saadaan selvitettyä lomakkeen kysymyksillä. Vastausten johdonmukaisuutta voidaan tarvittaessa varmistaa niin sanotuilla kontrollikysymyksillä. (Heikkilä 2004, 47.)

Kyselylomakkeen laatiminen sisältää tutkittavien asioiden nimeämisen, lomakkeen rakenteen suunnittelun, kysymysten muotoilun, lomakkeen testaamisen, lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaamisen sekä lopullisen lomakkeen (Heikkilä 2004, 48). Ennen lomakkeen testaamista jokainen kysymys kannattaa käydä läpi seuraavien kysymysten avulla: Mikä on asiaongelma? Mikä on tutkimusongelma? Mitä asioita mitataan? Onko lomakkeessa näistä asioista kysymys tai kysymyksiä? Tarvitaanko lomakkeessa kaikki kysymykset? Puuttuuko lomakkeesta jokin kysymys? Jokaisen kysymyksen kohdalla tulisi pohtia myös seuraavia asioita: Mitä kysymys mittaa? Mittaako se juuri sitä, mitä pitääkin mitata? Onko kysymys täsmällinen? Onko kysymyksessä turhia sanoja? Onko kysymyksessä vastaajaa johdattele-

via sanoja? Onko yhdessä kysymyksessä varmasti kysytty vain yhtä asiaa? (Vilkka 2007, 64–65.)

Onnistuneen tutkimuksen perusedellytyksiä ovat hyvät kysymykset ja oikea kohderyhmä. Vastaajan mielenkiinto tutkimusta kohtaan pyritään herättämään sijoittamalla helpot kysymykset lomakkeen alkuun. Myös tärkeitä tietoja kannattaa kysyä lomakkeen alkupuolella, jolloin vastauksia tulee harkittua tarkemmin kuin kyselyn lopussa. Hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä ovat muun muassa selkeä, siisti ja houkutteleva ulkoasu, hyvin aseteltu teksti ja kysymykset lomake ei ole täyteen ahdetun näköinen, selkeät ja yksiselitteiset vastausohjeet, yhtä asiaa kysytään kerrallaan, kysymysten eteneminen loogisesti, kysymysten numerointi on juokseva ja että lomakkeen tiedot on helppo syöttää sekä käsitellä tilasto-ohjelmalla. (Heikkilä 2004, 48–49.)

Kyselylomaketutkimuksen hyvänä puolena on, ettei tutkija vaikuta olemuksellaan eikä läsnäolollaan vastauksiin, toisin kuin haastattelussa, jossa tutkimuksen tekijä on suorassa kanssakäymisessä tutkittavan kanssa. Kyselylomakkeessa voidaan myös esittää useita kysymyksiä, varsinkin silloin, kun lomakkeessa on valmiit vastausvaihtoehdot. Tutkimustulosten luotettavuutta parantava tekijä on esimerkiksi kysymyksen esittäminen jokaiselle koehenkilölle tarkalleen samassa muodossa, jolloin se ei sisällä minkäänlaisia vivahteita sanamuodoissa tai äänenpainoissa. (Valli 2001, 31.)

Kyselylomaketutkimuksen heikkouksina pidetään taas väärinymmärtämisen mahdollisuutta, sillä vastaaja ei voi saada tarkentavaa informaatiota epäselviin kysymyksiin. Väärinymmärtämisen todennäköisyyttä voidaan kuitenkin pienentää huolellisella vastausohjeella, selkeällä lomakkeella sekä lomakkeen esitestauksella, joka on erittäin tärkeä vaihe lomakkeen kehittämisessä. Vastaaja voi myös vastata väärin tai epätarkasti. Kun esimerkiksi pyydetään valitsemaan yksi tärkein tekijä, vastaaja valitsee kolme vaihtoehtoa. Kyseisessä tilanteessa tutkimuksen tekijän täytyy tehdä valinta vastaajan puolesta tai hylätä vastaus kokonaan, kuten useimmiten tulisi tehdä. Aineistonkeruun yhteyteen ei yleensä voida haastattelun tapaan liittää havainnointia, joten täydentäviä havaintoja ja tulkintoja ei ole myöskään mahdollista tehdä. (Valli 2001, 31–32.)

4.4 Kysymystyydit, asenne- ja mitta-asteikot

Avoimilla kysymyksillä vastaajilta pyritään saamaan muun muassa spontaaneja mielipiteitä sekä joissakin tilanteissa, kuten tuotetta tai palvelua kehiteltäessä, mahdollisia parannusehdotuksia. Suljetuissa kysymyksissä annetaan taas valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan sopivin tai sopivimmat, jos vastauksia on enemmän kuin yksi. Suljettuja kysymyksiä kutsutaan myös monivalintakysymyksiksi tai strukturoiduiksi kysymyksiksi ja niitä käytetään ensisijaisesti silloin, kun todennäköiset, tarkasti määritetyt vastausvaihtoehdot ovat selvillä ennalta ja niitä on rajoitettu määrä. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista annetaan valmiina ja osa, tavallisesti yksi, avoimena. Vaihtoehtoa ”Muu, mikä?” käytetään silloin, kun ei ole varmaa, onko kysymyksiä laadittaessa keksitty kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2005, 49–50, 52.)

Tämän tutkimuksen asiakastyytyväisyyskyselyä varten laaditussa kyselylomakkeessa taustamuuttujina käytettiin sukupuolta, ikää sekä kotimaata ja asuinläänää. Henkilökuntaa, majoittumista, rantakahvilan palveluita, ravintolapalveluita, kokouspalveluita, oheispalveluita ja venesatamapalveluita koskevat kysymykset olivat suljettuja. Kysyttäessä, miten yritys voisi parantaa toimintaansa, käytettiin avointa kysymystä. Sekamuotoista kysymystä käytettiin selvittäessä vierailun tarkoitusta ja sitä, miten ihmiset olivat saaneet tietää Kylmäpihlajan majakasta.

Asteikkojen avulla mitataan havaintoyksikkönä olevan henkilön asennetta tai mielipidettä esimerkiksi hänen saamastaan palvelusta. Asenneasteikkoina käytetään Likertin asteikkoa ja Osgoodin asteikkoa (Vilkka 2007, 45). Likertin asteikkoa eli järjestysasteikkoa hyödynnetään erityisesti mielipideväärittämissä. Asteikon tarkoituksena on, että keskikohdasta lähtien toiseen suuntaan samanmielisyys kasvaa ja toiseen samanmielisyys vähenee. Osgoodin asteikkoa käytetään taas liike-elämän määrällisissä tutkimuksissa, kuten tuote- ja yrityskuvatutkimuksissa. Asteikon ajatuksena on, että ääripäihin sijoittuvat vastakkaiset adjektiivit (Heikkilä 2004, 53–54).

Mitta-asteikkoina eli mittaustasoina käytetään laatueroasteikkoa (nominaaliasteikkoa), järjestysasteikkoa (ordinaaliasteikkoa), välimatka-asteikkoa (intervalliasteikkoa) ja suhdelukuasteikkoa. Mittaustasojen avulla erotellaan muuttujien ilmaisemia asioita. Laatueroasteikon avulla esitetään numeraalisesti asioiden samanlaisuutta ja erilaisuutta. Asteikkoa

käytetään ryhmiin tai luokkiin jaettavien havaintoyksiköiden eli tilastoyksiköiden (mittauksen kohteena olevien todellisten tai käsitteellisten asioiden sekä henkilöiden) laadullisia ominaisuuksia (esimerkiksi sukupuoli, siviilisääty tai kansalaisuus) mitattaessa. Sen avulla ei kuitenkaan voida osoittaa, että jotakin on enemmän tai vähemmän eikä asioiden välistä järjestystä. (Vilka 2007, 45, 48, 173.)

Nominaaliasteikolla mitatun muuttujan (esimerkiksi sukupuoli tai ikä) jakauman keskilukuna käytetään tyyppilukua (moodia), joka saadaan ryhmiteltäessä tehdyt havainnot. Luokitellussa aineistossa moodi on luokka, joka sisältää havaintoja eniten tai jossa havainto esiintyy useimmin. Samanlaisuuden ja erilaisuuden lisäksi järjestysasteikolla voidaan esittää numeraalisesti myös luokkien järjestystä. Asteikon avulla mitataan esimerkiksi asiakaspalvelu- ja markkinointitutkimuksissa asiakkaiden asenteita ja mielipiteitä, jotka ovat henkilön kokemukseen perustuvina asioina myös laadullisia ominaisuuksia. Järjestysasteikolla jakauman keskilukuna käytetään sekä moodia että mediaania. Ratkaistaessa mediaania havainnot pistetään suuruusjärjestykseen ja havaintojen keskikohdan eli mediaanin molemmiin puolin jää yhtä monta havaintoa. (Heikkilä 2004, 84; Vilka 2007, 49.)

Välimatka-asteikko ilmaisee havaintojen etäisyyttä toisistaan. Asteikolla etäisyys on täsmälleen saman verran jokaisen havainnon välillä. Asteikkoa voidaan käyttää esimerkiksi todistuksen keskiarvon mittaamiseen. Välimatka-asteikoille voidaan laskea sekä moodi että mediaani, mutta suositeltavin on aritmeettinen keskiarvo, joka saadaan jakamalla havaintoarvojen summa havaintojen lukumäärällä. Suhdelukuasteikolla mitataan esimerkiksi tuloja, menoja tai hintoja. Asteikkoa voidaan käyttää myös välimatka-asteikolla mitattaviin asioihin. Välimatka-asteikon tavoin suhdelukuasteikostakin voidaan laskea moodi, mediaani sekä aritmeettinen keskiarvo. (Heikkilä 2004, 83; Vilka 2007, 49–50.)

4.5 Otanta, otantamenetelmät ja otoskoko

Otannalla tarkoitetaan menetelmää, jolla otos poimitaan perusjoukosta. Otos muodostuu havaintoyksiköistä. Havaintoyksikkö, toisin sanoen tilastoyksikkö, voi olla henkilö, luontoon liittyvä ilmiö, tuote tai kuva, josta halutaan tietoa. Perusjoukolla tarkoitetaan tutkimuskohteeksi määriteltä joukkoa, joka sisältää kaikki havaintoyksiköt (N), joista halutaan tietoa tutkimuksessa (Vilka 2007, 52, 177). Kokonaistutkimuksessa jokainen perusjoukon

jäsen tutkitaan. Yksiköiden lukumäärän ollessa alle sata tai joissakin kyselytutkimuksissa jopa 200–300, kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään kokonaistutkimusta. Otantatutkimus tehdään silloin, kun perusjoukko on hyvin suuri, koko perusjoukon tutkiminen tulisi liian kalliiksi, tiedot halutaan nopeasti, tutkiminen on monimutkaista tai mittaus tuhoaa tutkittavat yksiköt (esimerkiksi laadunvalvonnassa). Valitsemalla parhaat haastattelijat, tekemällä useita tarkistuskäyntejä tai -soittoja saadaan ei-otantavirheet pieneneenään (Heikkilä 2004, 33).

Käytetyimpiä otantamenetelmiä ovat yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta ositettu eli stratifioitu otanta, ryväsotanta eli klusteriotanta ja otanta otosyksikön koon mukaan. Yksinkertaisessa otannassa, jota kutsutaan myös umpimähkäiseksi otannaksi, tilastoyksiköt poimitaan arpomalla ne laskimen satunnaislukugeneraattorin tai tietokoneen avulla. Systemaattisessa eli tasavälisessä otannassa perusjoukosta kerätään tasaisin välein yksiköitä (esimerkiksi joka viides) otokseen. Ositetussa otannassa perusjoukko jaetaan ennalta sopiviin ositteisiin, joista jokaisesta valitaan otokseen tilastoyksiköitä. Ryväsotannassa perusjoukko koostuu luonnollisista ryhmistä, kuten kotitalouksista tai koululuokista. Ryppäistä arvotaan satunnaisesti tai systemaattisesti mukaan tulevat ja kokonaan tutkittavat, jolloin kyseessä on yksiasteinen ryväsotanta. Kaikista mukaan tulevista sekä tutkittavista ryppäistä voidaan tehdä myös otos, jolloin puhutaan kaksiasteisesta ryväsotannasta. (Heikkilä 2004, 36–37, 39.)

Harkintaan perustuvassa otannassa otantayksiköt valitaan ennalta, jolloin puhutaan harkinnanvaraisesta otoksesta tai näytteestä. Esimerkiksi kiintiöpoiminnassa päätetään etukäteen, kuinka monta miestä ja naista sekä kuinka monta henkeä eri ikäryhmistä otetaan mukaan otokseen. Haastatteluja jatketaan, kunnes kiintiöt tulevat täyteen. Kyseistä otantamenetelmää käytetään usein markkinatutkimuksissa. Edustavan otoksen vaatimuksina on, että otosyksiköt on valittu arpoen eikä harkiten, jokaisen otokseen valitun on kuuluttava tutkittavaan perusjoukkoon ja jokaisella kehikkoperusjoukon yksiköllä on ennalta määrätty poimintatodennäköisyys eli mahdollisuus päästä otokseen. (Heikkilä 2004, 40–41.)

Otantamenetelmän valintaan vaikuttavat muun muassa tutkimuksen tavoitteet, tutkimuksen resurssit, kuten kustannukset, aikataulu ja henkilömäärä, tutkimuksessa valitut tarkkuusvaatimukset, perusjoukon koko, persjoukon maantieteellinen sijainti, perusjoukkoon kuu-

luvien havaintoyksiköiden ominaisuudet ja ilmenemistavat sekä käytettävät rekisterit ja luettelot. (Vilka 2007, 56.)

Otoskokoon vaikuttavia tekijöitä ovat perusjoukon heterogeenisuus eli mitä heterogeenisempi perusjoukko on, sitä enemmän hajontaa esiintyy tutkituissa ominaisuuksissa. Tulosten yksityiskohtaisuus lisää myös otoksen kokoa. Jaettaessa aineisto ryhmiin, esimerkiksi naiset ja miehet, sekä analysoitaessa niitä erikseen tulee jokaisen ryhmän otoksen olla riittävä. Luottamustaso osoittaa, kuinka todennäköistä on, että saatu tulos pätee perusjoukossa, mikä taas tarkoittaa, että tulkinta on oikein. Luottamustaso 99 %:lla vaatii siis suuremman otoskoon kuin 95 %:n luottamustaso, jota pidetään yleisesti ottaen riittävänä. Mitä pienempään virhemarginaaliin pyritään perusjoukon tunnuslukuja arvioitaessa, sitä suurempi on otoksen oltava. Tutkittavien tapausten suhteellisella osuudella tarkoitetaan, kuinka monta prosenttia vastaajista kannattaa esim. tiettyä puoluetta. Tarkkaa tulosta ei tiedetä ennen tutkimusta, mutta tutkimuksella siihen haetaan vastausta. Prosenttiluvun suuruutta voidaan myös arvioida ennalta. Mikäli arviota ei kuitenkaan osata tehdä ennakolta, niin varaudutaan 50 %:n suhteelliseen osuuteen, johon kuitenkin liittyy suurin virhemarginaali. Mitä kauempana prosenttiluku on 50 %:sta, sitä pienempi virhe on. (Heikkilä 2004, 42–43.)

Palauttamattomien lomakkeiden sekä sellaisten lomakkeiden, jotka joudutaan hylkäämään puutteellisten tai virheellisten tietojen tai pilailumielessä vastaamisen vuoksi, aiheuttavat niin sanotun odotettavissa olevan poistuman. Vastaamattomuudesta seuraa myös harhallisia tuloksia, sillä vastaamatta jättäneet eroavat joiltakin ominaisuuksiltaan kyselyyn vastanneista. Määriteltäessä otoskokoa huomionkohteena tulisikin olla poistuma eli kadon vaikutus tutkimustuloksiin. Otoskoon ollessa yli puolet tai kolmasosa perusjoukosta, tulisi tehdä kokonaistutkimus. Kohderyhmän ollessa suppea ja tulosten tarkastelu tapahtuu kokonaistasolla suositeltava otoskoko olisi 100 tilastoyksikköä. 200–300 tilastoyksikön otoskoko on taas suositeltava silloin, kun perusjoukko sisältää ryhmiä, joiden välisiin vertailuihin tutkimus keskittyy. Jokaisessa ryhmässä tulisi olla silloin vähintään 30 tilastoyksikköä. Valtakunnallisissa kuluttajatutkimuksissa otoksen koko pitäisi olla noin 500–1000 otosyksikköä. (Heikkilä 2004, 43, 45.)

Kylmäpihlajan majakalle tehtävä asiakastytyväisyyskysely toteutettiin kokonaistutkimuksena ja perusjoukon muodostivat kesällä 2009 majakalla käyneet matkailijat. Otantamene-

telmänä käytettiin harkintaan perustuvaa otantaa, eli tutkija vaikuttaa otantayksiköiden valintaan, jolloin puhutaan myös näytteestä. Kyseistä otantamenetelmää käytettiin muun muassa siksi, että päivittäisiä kävijämääriä olisi ollut vaikea arvioida etukäteen. Vastauksia kuitenkin tarvittiin useampi kymmen. Lomakkeita jaettiin kesä–elokuun 2009 aikana. Kävijämääriin vaikuttavat muun muassa sää sekä vierailun ajankohta. Sateisella ja viileällä säällä majakka ei houkuttele matkailijoita. Muutamia ihmisiä voi kuitenkin olla liikkeellä huonosta säästä huolimatta. Heinäkuussa, useimpien ihmisten viettäessä kesälomaa, matkakohteissa riittää kävijöitä ja erilaisille matkailupalveluille on kysyntää.

4.6 Tutkimusaineiston esittäminen

Saman aineiston esittämiseen voidaan käyttää joko taulukkoa, graafista esitystä tai tunnuslukuja. Esittämistapaa valittaessa tulisi miettiä muun muassa, kenelle tulokset ja esitys tehdään ja millaiseen tarkoitukseen työ tehdään. Myös lukijan intressejä olisi hyvä miettiä, jotta voidaan antaa hänen tarpeensa mukaista tietoa. Lopulliseen valintaan vaikuttavat edellä mainittujen asioiden lisäksi se, mitä tutkija pitää sopivampana vaihtoehtona kyseiseen tarkoitukseen. (Valli 2001, 47.)

Taulukoiden tulee olla selkeitä, siksi niissä käytetään yleensä vain kokonaislukuja eikä esimerkiksi kymmenesosia, paitsi silloin, kun ne ovat ehdottomasti olennaisia vertailun kannalta. Taulukoiden avulla kuvataan esimerkiksi kuinka paljon kyseisiä asioita ja kutakin ryhmää havaintoaineistossa esiintyy. Taulukoissa voidaan käyttää muun muassa frekvenssejä, prosentteja sekä kumulatiivisia jakaumia. Graafisessa esityksessä pyritään taas havainnollisuuteen, kuvio ei saa kuitenkaan sisältää liikaa asioita. Pylväskuvioiden lisäksi voidaan käyttää myös piirakka-, viiva- ja aluekuvioita. (Valli 2001, 47–48.)

Tunnusluvut ovat aineiston jakaumien kuvaamiseen tarkoitetuista tavoista (taulukot, graafiset esitykset ja tunnusluvut) vähiten informaatiota antava esittämistapa. Niiden avulla hankittua tietoa voidaan pitää jopa melko ylimalkaisena, koska sen perusteella ei ole nähtävissä erilaisten ryhmien jakautumista aineistossa, kuten taulukoissa tai kuvioissa, vaan ainoastaan yksi luku, joka kuvaa keskimääräistä ominaisuutta ryhmästä. (Valli 2001, 51.)

Taulukoiden, graafisten esitysten ja tunnuslukujen välisistä eroista voidaan yksinkertaistettuna sanoa, että mikäli pyritään mahdollisimman tarkkaan ja yksityiskohtaiseen tietoon, taulukko on paras vaihtoehto. Jos taas halutaan säästää lukijan aikaa mutta antaa silti nopea kokonaiskuva ilmiöstä, kuvio on sopivin. Kun lukija tyytyy mahdollisimman nopeaan ja ylimalkaiseen tietoon, tunnusluvut ovat oikea vaihtoehto. (Valli 2001, 47.)

4.7 Tutkimuksen luotettavuus ja puolueettomuus

Tutkimuksen tarkoituksena on saada mahdollisimman luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa. Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteillä. Validiteetti tarkoittaa, että tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta ja reliabiliteetti tutkimustulosten pysyvyyttä. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa kiinnittämällä huomiota validiteetti- ja reliabiliteettikysymyksiin. (Kananen 2008, 79.)

Tutkimuksen pätevyys (validiteetti) tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Pätevä tutkimus ei siten saisi sisältää systemaattista virhettä. Tämä tarkoittaa sitä, millä tavalla tutkittavat ovat ymmärtäneet mittarin, kyselylomakkeen ja sen kysymykset. Tulokset vääristyvät, jos vastaaja ei ajattelekaan, kuten tutkija oletti. Siksi pätevyyttä tarkastellaankin jo tutkimusta suunniteltaessa. Tämä tarkoittaa käsitteiden, perusjoukon sekä muuttujien tarkkaa määrittelyä, aineiston keräämisen ja mittarin huolellista suunnittelua sekä varmistamista, jotta mittarin kysymykset käsittävät koko tutkimusongelman. (Vilka 2005, 161.)

Tutkimus on pätevä, kun teoreettiset ja operationaaliset määritelmät ovat yhtäpitäviä. Kysymys on siitä, miten onnistuneesti tutkija on kyennyt siirtämään tutkimuksessa käytetyn teorian käsitteet ja ajatuskokonaisuuden kyselylomakkeeseen. (Uusitalo 1991, 84.)

Tutkimuksen luotettavuudella (reliabiliteetti) tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli mittauksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia sekä mittaustulosten toistettavuutta. Toistettaessa saman henkilön kohdalla mittaus saadaan täsmälleen sama mittaustulos riippumatta tutkijasta. Heikkilän mukaan tutkimus on luotettava aina ajassa ja paikassa. Siksi tutkimustuloksia ei pidäkään yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle, kuten toiseen aikaan ja toiseen yhteiskuntaan. (Heikkilä 2004, 30.)

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus on hyvä, kun tutkittu otos edustaa perusjoukkoa ja mitaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta. Tutkimuksen luotettavuutta voivat heikentää useat eri asiat tutkimuksen aikana. Niin sanottuja satunnaisvirheitä voivat aiheuttaa muun muassa se, että vastaaja muistaa vastatessaan jonkin asian väärin tai ymmärtää asian eri tavalla kuin tutkija. Haastattelija voi myös merkitä vastaajan vastauksen lomakkeeseen väärin tai tutkija tekee virheitä tallentaessaan tietoja. Virheiden vaikuttavuus tutkimuksen tavoitteiden kannalta ei välttämättä ole kovin merkittävä. Tutkijan tulee kuitenkin ottaa kantaa tutkimuksensa ilmeisiin satunnaisvirheisiin. (Uusitalo 1991, 86, 84.)

Validiteettipohdinta voidaan rajoittaa koskemaan sisäistä ja ulkoista validiteettia, joiden summana saadaan kokonaisvaliditeetti. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimusprosessin systemaattista luotettavuutta erotuksena reliabilitetista ja ulkoinen validiteetti tutkimustulosten yleistettävyyttä (miten hyvin otoksesta saadut tutkimustulokset vastaavat perusjoukkoa). (Kananen 2008, 83–84.)

Tutkimusta tehtäessä tulisi pyrkiä myös objektiivisuuteen, vaikka jokainen tutkimus sisältääkin tutkijan subjektiivisia valintoja tutkimusmenetelmästä, kysymysten muotoilusta, analysointimenetelmistä sekä raportointitavasta. Tutkimusprosessin aikana myös huolellinen tutkija voi tehdä niin sanottuja tahattomia virheitä. Anteeksiantamattomia virheitä ovat kuitenkin tahallinen tulosten vääristely ja helposti saatavilla olevien kontrollikeinojen käyttämättä jättäminen. Tutkimustulokset eivät saa olla riippuvaisia tutkimuksen tekijästä tai hänen poliittisista tai moraalisisista vakaumuksistaan. Tutkijan vaihtuminen ei myöskään saa muuttaa syntyviä tuloksia. (Heikkilä 2005, 30–31.)

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Kysely toteutettiin Kylmäpihlajan majakalla kesällä 2009. Vastauksia saatiin yhteensä 80. Kyselykaavake saatekirjeineen on tutkimuksen liitteenä (LIITE 4). Tutkimustulokset esitellään lähinnä taulukoiden muodossa. Vastaajien antamia parannusehdotuksia toiminnan kehittämiseksi käydään kuitenkin läpi tekstimuodossa taulukoiden jälkeen. Luvun lopussa niin sanotussa yhteenvedossa on esitelty vielä keskeisiä tutkimustuloksia.

5.1 Tulokset

Taulukoissa tulokset ilmoitetaan frekvensseinä ja prosentteina. Taulukoiden huomattava määrä selittyy sillä, että jokaisesta lomakkeen kysymyksestä on laadittu taulukko. Tutkimusaineiston käsittelyssä on käytetty myös ristiintaulukointia.

TAULUKKO 1. Vastaajien sukupuoli

	Frekvenssi *	Prosentti **	Validi prosentti ***	Kumulatiivinen prosentti ****
Nainen	45	56,2	62,5	62,5
Mies	27	33,8	37,5	100,0
Yhteensä	72	90,0	100,0	
Puuttuvat	8	10,0		
Yhteensä	80	100		

* Vastausten lukumäärä

** Koko aineisto

*** Vain kysymykseen vastanneet

**** Kuinka monta prosenttia havainnoista on kyseisessä ja sitä edeltävissä luokissa yhteensä

Sukupuolta kysyttäessä vastanneista naisia oli 45 (62,5 %) ja miehiä 27 (37,5 %) (TAULUKKO 1). Vastaajien huomattavaan määrään on saattanut vaikuttaa muun muassa majakkamatkailun suosion kasvu sekä lisääntynyt kiinnostus majakoita ja niiden tarjoamia

palveluita kohtaan. Kyselyn perusteella naiset vaikuttavat olevan myös aktiivisia ottamaan osaa erilaisiin kyselytutkimuksiin sekä antamaan kirjallista palautetta.

TAULUKKO 2. Vastaajien ikä

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
–25	19	23,8	24,7	24,7
26–34	18	22,5	23,4	48,1
35–44	11	13,8	14,3	62,3
45–59	14	17,5	18,2	80,5
60–64	12	15,0	15,6	96,1
65–69	2	2,5	2,6	98,7
70–	1	1,2	1,3	100,0
Yhteensä	77	96,2	100,0	
Puuttuvat	3	3,8		
Yhteensä	80	100,0		

Ikää kysyttäessä vastanneista 25-vuotiaita tai nuorempia oli 19 (24,7 %), 26–34-vuotiaita 18 (23,4 %), 45–59-vuotiaita 14 (18,2 %), 60–64-vuotiaita 12 (15,6 %), 35–44-vuotiaita 11 (14,3 %), 65–69-vuotiaita 2 (2,6 %) ja 70-vuotiaita tai vanhempia 1 (1,3 %) (TAULUKKO 2). Siihen, että suurin osa vastaajista on ollut iältään nuoria, vaikutusta saattaa olla muun muassa sillä, että nuoret haluavat vaikuttaa entistä enemmän yhteisiin asioihin sekä tuoda omia mielipiteitä julki. Osallistuessaan kyselyyn ihmisillä on ollut myös mahdollisuus esittää kehittämisideoita koskien majakan toimintaa.

TAULUKKO 3. Vastaajien kotimaa

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Suomi	72	90,0	92,3	92,3
Muut maat	6	7,5	7,7	100,0
Yhteensä	78	97,5	100,0	
Puuttuvat	2	2,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä kotimaata vastanneista 72 (92,3 %) on kotoisin Suomesta. Muista maista tulevia oli 6 (7,7 %). (TAULUKKO 3.) Ulkomaalaiset matkailijat tulivat Sveitsistä, Saksasta,

Amerikasta, Venäjältä ja Englannista. Heidän vähäiseen määrään on saattanut vaikuttaa muun muassa talouden taantuma, jonka takia työssä käyviä ihmisiä on lomautettu tai sanottu irti. Pienentyneiden tulojen vuoksi ihmiset ovat alkaneet säästää. Esimerkiksi lomamatkaa suunniteltaessa ihmiset ovat saattaneet valita ulkomaan sijaan kotimaan kohteen. Suomen sijainti pohjoisella pallonpuoliskolla kaukana suurimmista matkailukeskittymistä sekä korkea hintataso saattavat myös vähentää ulkomaalaisten mahdollisuuksia matkustaa Suomeen. Majakalla on kuitenkin voinut käydä enemmän ulkomaalaisia matkailijoita, mutta kaikki eivät ole välttämättä vastanneet kyselyyn.

TAULUKKO 4. Suomessa asuvien asuinlääni

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Etelä-Suomen lääni	30	37,5	41,7	41,7
Itä-Suomen lääni	2	2,5	2,8	44,4
Länsi-Suomen lääni	40	50,0	55,6	100,0
Yhteensä	72	90,0	100,0	
Puuttuvat	8	10,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä Suomessa asuvien asuinläänin vastanneista 40 (55,6 %) on kotoisin Länsi-Suomen läänistä, 30 (41,7 %) Etelä-Suomen läänistä ja 2 (2,8 %) Itä-Suomen läänistä (TAULUKKO 4). Länsi-Suomen läänistä sekä Etelä-Suomen läänistä tulevien matkailijoiden huomattavaan määrään on saattanut vaikuttaa muun muassa se, että ainakin aikaisemmin Kylmäpihlajan majakkaa on esitelty Helsingissä vuosittain järjestettävillä matkamesseilla. Viime vuoden aikana majakasta ja sen toiminnasta on myös kirjoitettu jonkin verran paikallisessa sanomalehdessä, mikä on voinut lisätä entisestään raumalaisten sekä lähiseudulla asuvien ihmisten kiinnostusta sekä majakkaa että sen tarjoamia palveluita kohtaan. Länsi-Suomen läänistä tulevien suureen joukkoon on varmastikin vaikuttanut myös kohteen maantieteellinen läheisyys.

TAULUKKO 5. Vierailun tarkoitus

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Työ / kokous ja virkistys	1	1,2	1,3	1,3
Vapaa-aika	71	88,8	93,4	94,7
Venesatamapalvelu	1	1,2	1,3	96,1
Muu	3	3,8	3,9	100,0
Yhteensä	76	95,0	100,0	
Puuttuvat	4	5,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä vierailun tarkoitusta vastanneista 71 (93,4 %) oli tullut majakalle viettämään vapaa-aikaa. Vastaajista 3 (3,9 %) oli tullut käymään majakalla tarkoituksenaan ruokailla tai osallistua syntymäpäiville tai viettää omaa syntymäpäivänsä tai osallistua luokkaretkelle. Vastaajista 1 (1,3 %) oli käynyt majakkasaarella työn/kokouksen ja virkistykseen takia. Venesatamapalveluja oli käyttänyt vain yksi vastaaja (1,3 %). (TAULUKKO 5.) Kesä on vilkasta aikaa myös majakkamatkailussa lomalaisten ollessa liikkeellä. Majakka tarjoaa palveluita tilauksesta myös sesongin ulkopuolella.

TAULUKKO 6. Vapaa-aika ja venesatamapalvelu

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Harrastusryhmä	4	5,0	7,3	7,3
Ystäväryhmä	15	18,8	27,3	34,5
Perhe	34	42,5	61,8	96,4
Yksin	2	2,5	3,6	100,0
Yhteensä	55	68,8	100,0	
Puuttuvat	25	31,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä vapaa-ajan ja venesatamapalvelujen käyttöä vastanneista 34 (61,8 %) vietti vapaa-aikaa perheensä kanssa majakalla. Vastaajista 15 (27,3 %) oli tullut käymään matkailusaarella ystäväryhmän kanssa ja 4 (7,3 %) harrastusryhmän kanssa. Vastaajista 2 (3,6 %) oli tullut majakalle yksin. (TAULUKKO 6.) Ihmisten käydessä töissä ja henkilökohtaisissa harrastuksissa, muille perheenjäsenille ja ystäville ei jää kovin paljon aikaa. Useat perheet viettävätkin vapaa-aikansa yhdessä. Nuoret, jotka ovat lähteneet opiskelemaan

toiselle paikkakunnalle, eivät ole tekemisissä niin usein kotikaupungissa asuvien ystävien kanssa kuin aikaisemmin. Viikonloppuisin ja lomilla monet nuoret viettävätkin aikaa perheen ja ystävien kanssa. Vapaa-ajalla ihmiset voivat lähteä perheidensä tai ystäviensä kanssa päiväretkelle johonkin lähiseudulla sijaitsevaan matkakohteeseen.

TAULUKKO 7. Tiedonsaanti

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Internet	15	18,8	22,1	22,1
Tuttavat	26	32,5	38,2	60,3
Lehdet	7	8,8	10,3	70,6
Esitteet	2	2,5	2,9	73,5
Muu	18	22,5	26,5	100,0
Yhteensä	68	85,0	100,0	
Puuttuvat	12	15,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä, miten oli saatu tietoa Kylmäpihlajan majakasta vastanneista 26 (38,2 %) oli kuullut siitä tuttaviltaan. Vastaajista 18 (26,5 %) oli saanut tietoa majakasta muista lähteistä, kuten kirjasta sekä omistajilta. Matkailusaaresta oli saatu tietoa myös työn kautta. Joillekin vastaajille majakkasaari on tuttu paikka jo lapsuudesta. Kysymykseen vastanneista 15 (22,1 %) oli käyttänyt tiedonlähteenä Internetiä. Vastaajista 7 (10,3 %) oli saanut tietoa majakasta ja sen toiminnasta lehdistä ja 2 (2,9 %) esitteistä. (TAULUKKO 7.)

TAULUKKO 8. Aikaisempi vierailu

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Kyllä	35	43,8	45,5	45,5
Ei	42	52,5	54,5	100,0
Yhteensä	77	96,2	100,0	
Puuttuvat	3	3,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä aikaisimpia vierailuja saarella vastanneista 42 (54,5 %) ei ollut käynyt majakalla aikaisemmin. Vastaajista 35 (45,5 %) oli käynyt siellä ennen. (TAULUKKO 8.) Se, että useammat vastaajat eivät ole käyneet majakalla aikaisemmin, voi johtua muun muassa

siitä, että joillakin ihmisillä on tapana käydä uusissa matkakohteissa vanhan ja totutun lomapaikan sijaan.

Olkiluodossa rakennettava kolmas ydinvoimala on tuonut Raumalle myös ulkomaalaisia työntekijöitä ja heidän perheitään. Heistä monikaan ei ole todennäköisesti käynyt majakalla aikaisemmin.

TAULUKKO 9. Henkilökunnan ystävällisyys

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	5	6,2	6,2	6,2
En osaa sanoa	4	5,0	5,0	11,2
Hyvä	26	32,5	32,5	43,8
Erinomainen	45	56,2	56,2	100,0
Yhteensä	80	100,0	100,0	

Kysyttäessä henkilökunnan ystävällisyyttä 45 (56,2 %) piti sitä erinomaisena, 26 (32,5 %) hyvänä ja 5 (6,2 %) välttävänä. Vastaajista 4 (5,0 %) ei osannut sanoa mielipidettään. (TAULUKKO 9.) Isäntäväen toivottiin kuitenkin keskustelemaan enemmän asiakkaiden kanssa ja tunnelman olevan iloisempi sekä kohteliaampi.

TAULUKKO 10. Henkilökunnan palveluالتتius

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	3	3,8	3,8	3,8
En osaa sanoa	5	6,2	6,2	10,0
Hyvä	29	36,2	36,2	46,2
Erinomainen	43	53,8	53,8	100,0
Yhteensä	80	100,0	100,0	

Kysyttäessä henkilökunnan palveluالتتius vastanneista 43 (53,8 %) piti sitä erinomaisena ja 29 (36,2 %) hyvänä. Vastaajista 5 (6,2 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Palveluالتتius piti välttävänä 3 vastaajaa (3,8 %). (TAULUKKO 10.) Se, että muutamat vastaajat eivät ole olleet niin tyytyväisiä henkilökunnan palveluالتتius, on saattanut vaikuttaa muun muassa se, että rantakahvila on ollut kiinni heidän käydessään majakalla. Yrityksen

Internet -sivuilla ilmoitetaan kahvilan olevan avoinna ensimmäisen vuoroveneen saapuessa ja sulkeutuvan viimeisen lähtiessä. Selkeyden vuoksi olisi hyvä mainita sekä ensimmäisen vuoroveneen saapumisaika että viimeisen lähtöaika.

TAULUKKO 11. Henkilökunnan ammattitaito

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	1,3	1,3
Välttävä	2	2,5	2,5	3,8
En osaa sanoa	7	8,8	8,9	12,7
Hyvä	33	41,2	41,8	54,4
Erinomainen	36	45,0	45,6	100,0
Yhteensä	79	98,8	100,0	
Puuttuvat	1	1,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä henkilökunnan ammattitaitoa vastanneista 36 (45,6 %) piti sitä erinomaisena ja 33 (41,8 %) hyvänä. Vastaajista 7 (8,9 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Ammattitaitoa piti välttävänä 2 vastaajaa (2,5 %) ja 1 (1,3 %) huonona. (TAULUKKO 11.) Nykyinen yrittäjäpariskunta on kuitenkin kehittänyt majakan toimintaa muun muassa siirtämällä kahvilatoiminnan sekä matkamuistojen myymisen ravintolatilan yhteydestä rantavajaan lähelle satama-allasta, jolloin sekä majakkarakennuksesta että sen yhteydessä toimivasta ravintolasta on saatu rauhallisempi ja viihtyisämpi paikka ruokaileville sekä majoittuville asiakkaille. Oheispalvelujen tarjontaa on monipuolistettu muun muassa aloittamalla yhteistyö paikallisen elämyspalveluita tarjoavan yrityksen kanssa.

TAULUKKO 12. Henkilökunnan kielitaito

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	2	2,5	2,9	2,9
En osaa sanoa	30	37,5	43,5	46,4
Hyvä	16	20,0	23,2	69,6
Erinomainen	21	26,2	30,4	100,0
Yhteensä	69	86,2	100,0	
Puuttuvat	11	13,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä henkilökunnan kielitaitoa vastanneista 30 (43,5 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 21 (30,4 %) piti sitä erinomaisena, 16 (23,2 %) hyvänä ja 2 (2,9 %) välttävänä. (TAULUKKO 12.) Se, että huomattava osa vastaajista ei ole osannut sanoa mielipidettään henkilökunnan kielitaidosta johtuu muun muassa siitä, että suurin osa vastaajista on suomalaisia. Vieraita kieliä puhuvat ovat kuitenkin olleet tyytyväisiä henkilökunnan kielitaitoon, sillä useat vastaajat ovat pitäneet sitä erinomaisena tai hyvänä.

TAULUKKO 13. Henkilökunnan määrä

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	2,6	2,6
Välttävä	9	11,2	11,8	14,5
En osaa sanoa	16	20,0	21,1	35,5
Hyvä	23	28,8	30,3	65,8
Erinomainen	26	32,5	34,2	100,0
Yhteensä	76	95,0	100,0	
Puuttuvat	4	5,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä henkilökunnan määrää vastanneista 26 (34,2 %) piti sitä erinomaisena ja 23 (30,3 %) hyvänä. Vastaajista 16 (21,1 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Henkilökunnan määrää piti välttävänä 9 vastaajaa (11,8 %) ja 2 (2,6 %) huonona. (TAULUKKO 13.) Se, että muutamat vastaajat ovat pitäneet henkilökunnan määrää välttävänä tai huonona, voi johtua muun muassa siitä, että kyseiset henkilöt ovat olleet liikkeellä vilkkaana ajankohtana, jolloin palvelu on ollut todennäköisesti hitaampaa ja jotkut asiakkaat ovat saattaneet jäädä vähemmälle huomiolle. Kesällä sesongin aikaan majakalla työskentelee yrittäjäpariskunnan lisäksi muutama kesätyöntekijä.

TAULUKKO 14. Majoittumisen yleisilme

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	2	2,5	4,1	4,1
En osaa sanoa	2	2,5	4,1	8,2
Hyvä	29	36,2	59,2	67,3
Erinomainen	16	20,0	32,7	100,0
Yhteensä	49	61,2	100,0	
Puuttuvat	31	38,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä majoittumisen yleisilmeestä vastanneista 29 (59,2 %) piti sitä hyvänä ja 16 (32,7 %) erinomaisena. Vastaajista 2 (4,1 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Tilojen yleisilmettä piti välttävänä 2 vastaajaa (4,1 %). (TAULUKKO 14.) Se, että pari vastaajaa on pitänyt huoneen yleisilmettä välttävänä, on voinut johtua esimerkiksi sisustuksesta huonekalujen sijoittelusta tai huoneen siisteydestä.

TAULUKKO 15. Majoittumisen siisteys

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	4	5,0	8,3	8,3
En osaa sanoa	6	7,5	12,5	20,8
Hyvä	20	25,0	41,7	62,5
Erinomainen	18	22,5	37,5	100,0
Yhteensä	48	60,0	100,0	
Puuttuvat	32	40,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä majoittumisen siisteyttä vastanneista 20 (41,7 %) piti sitä hyvänä ja 18 (37,5 %) erinomaisena. Vastaajista 6 (12,5 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Tilojen siisteyttä piti välttävänä 4 vastaajaa (8,3 %). (TAULUKKO 15.) Se, että jotkut vastaajat ovat pitäneet huoneen, vessojen tai suihkutilojen siisteyttä välttävänä, kyseiset henkilöt ovat saattaneet saada huoneen, jota ei ole siivottu kovin hyvin. Voi olla myös, että vessat tai suihkutilat ovat olleet juuri sillä hetkellä epäsiistissä kunnossa.

TAULUKKO 16. Huoneen taso majoittumisessa

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	2,1	2,1
Välttävä	7	8,8	14,6	16,7
En osaa sanoa	5	6,2	10,4	27,1
Hyvä	24	30,0	50,0	77,1
Erinomainen	11	13,8	22,9	100,0
Yhteensä	48	60,0	100,0	
Puuttuvat	32	40,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä huoneen tasoa vastanneista 24 (50,0 %) piti sitä hyvänä, 11 (22,9 %) erinomaisena ja 7 (14,6 %) välttävänä. Vastaajista 5 (10,4 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Huoneen tasoa piti huonona 1 vastaaja (2,1 %). (TAULUKKO 16.) Se, että muutama vastaaja on pitänyt huoneen tasoa välttävänä tai huonona, voi johtua muun muassa siitä, että huoneen varustus tai yleisilme ei ole vastannut asiakkaan odotuksia.

Yhden hengen huoneen varustukseen kuuluu sänky, pöytä, tuoli, peili, vaatekaappi, liinavaatteet ja pyyhkeet. Kahden hengen huoneessa on 2 sänkyä, pöytä, 2 tuolia, peili, vaatekaappi, liinavaatteet ja pyyhkeet. Kahden hengen huoneista yhteen huoneeseen on mahdollista ottaa myös koiran. Kahden hengen Loisto-huoneen varustukseen kuuluu parivuode, pöytä, 2 tuolia, peili, vaatekaappi, liinavaatteet, pyyhkeet, kylpytakit, -tohvelit ja radio. Kahden hengen Kajastus-huoneessa on parivuode, pöytä, 2 tuolia, peili, vaatekaappi, liinavaatteet, pyyhkeet, kylpytakit, -tohvelit ja radio. Sekä kahden hengen Loisto-huone että kahden hengen Kajastus-huone sijaitsevat ylimmässä majoituskerroksessa lähellä majakan loistoa. Neljän hengen huoneen varustukseen kuuluu 2 kerrossänkyä, pöytä, 2 tuolia, peili, vaatekaappi, liinavaatteet ja pyyhkeet. Kyseisiä huoneita on kaksi, joista toiseen voi ottaa myös koiran.

TAULUKKO 17. Majoituspalveluiden toimivuus

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	3	3,8	6,4	6,4
En osaa sanoa	9	11,2	19,1	25,5
Hyvä	22	27,5	46,8	72,3
Erinomainen	13	16,2	27,7	100,0
Yhteensä	47	58,8	100,0	
Puuttuvat	33	41,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä majoituspalveluiden toimivuutta vastanneista 22 (46,8 %) piti sitä hyvänä ja 13 (27,7 %) erinomaisena. Vastaajista 9 (19,1 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Majoituspalveluiden toimivuutta piti välttävänä 3 vastaajaa (6,4 %). (TAULUKKO 17.) Vessat sijaitsevat majoitustilojen yhteydessä majakkatornin 1., 3. ja 5. kerrosten aineilla, ravintolassa sekä saunan yhteydessä. Suihkut sijaitsevat majakantornin 4. ja 6. kerrosten aineilla. Majoituksen hintaan sisältyy aamiainen. Juhannuksesta koulujen alkuun majoittujilla on mahdollisuus myös maksuttomaan iltasaunaan.

TAULUKKO 18. Aamiainen majoittumisen yhteydessä

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	1	1,2	2,1	2,1
En osaa sanoa	6	7,5	12,5	14,6
Hyvä	19	23,8	39,6	54,2
Erinomainen	22	27,5	45,8	100,0
Yhteensä	48	60,0	100,0	
Puuttuvat	32	40,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä aamiaisen laadusta vastanneista 22 (45,8 %) piti sitä erinomaisena ja 19 (39,6 %) hyvänä. Vastaajista 6 (12,5 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Aamiaista piti välttävänä 1 vastaaja (2,1 %). (TAULUKKO 18.) Aamiaisella on tarjolla muun muassa puuroa, kahta eri lajia leipää, leikkeleitä, kasviksia, keitettyjä kananmunia, silliä, kahvia sekä teetä.

TAULUKKO 19. Saniteettitilat

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	4,1	4,1
Välttävä	10	12,5	20,4	24,5
En osaa sanoa	11	13,8	22,4	46,9
Hyvä	19	23,8	38,8	85,7
Erinomainen	7	8,8	14,3	100,0
Yhteensä	49	61,2	100,0	
Puuttuvat	31	38,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä saniteettitilojen toimivuudesta ja siisteydestä vastanneista 19 (38,8 %) piti niitä hyvänä. Vastaajista 11 (22,4 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Saniteettitiloja piti välttävänä 10 vastaajaa (20,4 %). Vastaajista 7 (14,3 %) piti niitä erinomaisena ja 2 (4,1 %) huonona. (TAULUKKO 19.) Se, että muutamat vastaajat ovat pitäneet saniteettitiloja välttävänä tai huonona, on saattanut johtua muun muassa siitä, että vessoista on ollut loppu WC-paperi, käsipyyhkeet tai käsienpesuaine. Vessat ovat voineet olla myös epäsiistissä kunnossa, roskakori on saattanut olla täynnä, ja käsipyyhkeet, jotka eivät ole enää mahtuneet koriin, on tiputettu lattialle. Asiakkaiden jalkineista on voinut jäädä myös lattialle likaa, jota ei ole ehditty puhdistamaan.

TAULUKKO 20. Rantakahvilan makeat syötävät

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	3,4	3,4
Välttävä	3	3,8	5,2	8,6
En osaa sanoa	26	32,5	44,8	53,4
Hyvä	15	18,8	25,9	79,3
Erinomainen	12	15,0	20,7	100,0
Yhteensä	58	72,5	100,0	
Puuttuvat	22	27,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä rantakahvilan makeiden syötävien laatua vastanneista 26 (44,8 %) ei osannut sanoa mielipidettään niistä. Vastaajista 15 (25,9 %) piti makeita syötäviä hyvänä ja 12

(20,7 %) erinomaisena. Välttävänä niitä piti 3 vastaajaa (5,2 %) ja huonona 2 (3,4 %). (TAULUKKO 20.) Vastaajat jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään makeista syötävistä, eivät ole todennäköisesti ostaneet kyseisiä tuotteita. Jos jotkut ko. vastaajista ovat kuitenkin ostaneet makean syötävän, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä. Se, että muutamat vastaajat ovat pitäneet makeita syötäviä välttävänä tai huonona, on voinut johtua makutottumusten ohella muun muassa pienestä tuotevalikoimasta, tuotteiden laadusta tai hinnoittelusta.

TAULUKKO 21. Rantakahvilan suolaiset syötävät

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	3,4	3,4
Välttävä	8	10,0	13,8	17,2
En osaa sanoa	23	28,8	39,7	56,9
Hyvä	12	15,0	20,7	77,6
Erinomainen	13	16,2	22,4	100,0
Yhteensä	58	72,5	100,0	
Puuttuvat	22	27,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä rantakahvilan suolaisten syötävien laatua vastanneista 23 (39,7 %) ei osannut sanoa mielipidettään niistä. Vastaajista 13 (22,4 %) piti suolaisia syötäviä erinomaisena, 12 (20,7 %) hyvänä, 8 (13,8 %) välttävänä ja 2 (3,4 %) huonona. (TAULUKKO 21.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään suolaisista syötävistä, eivät ole todennäköisesti ostaneet kyseisiä tuotteita. Jos jotkut ovat kumminkin ostaneet suolaisen syötävän, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä. Se, että muutamat vastaajat ovat pitäneet suolaisia syötäviä välttävänä tai huonona, on voinut johtua makutottumusten ohella muun muassa pienestä tuotevalikoimasta, tuotteiden laadusta tai hinnoittelusta.

TAULUKKO 22. Rantakahvilan juotavat

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	3,1	3,1
Välttävä	5	6,2	7,8	10,9
En osaa sanoa	11	13,8	17,2	28,1
Hyvä	22	27,5	34,4	62,5
Erinomainen	24	30,0	37,5	100,0
Yhteensä	64	80,0	100,0	
Puuttuvat	16	20,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä rantakahvilan juotavien valikoimaa ja laatua vastanneista 24 (37,5 %) piti niitä erinomaisena ja 22 (34,4 %) hyvänä. Vastaajista 11 (17,2 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Juotavia piti välttävänä 5 vastaajaa (7,8 %) ja huonona 2 (3,1 %). (TAULUKKO 22.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään kahvilan juotavista, eivät ole todennäköisesti ostaneet juotavaa kahvilasta. Jos jotkut näistä ovat kuitenkin ostaneet juotavaa, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä. Se, että muutamat vastaajat ovat pitäneet juotavia välttävänä tai huonona, on voinut johtua muun muassa rajallisesta juomavalikoimasta.

TAULUKKO 23. Rantakahvilan ilme ja viihtyisyys

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	3	3,8	4,4	4,4
En osaa sanoa	8	10,0	11,8	16,2
Hyvä	22	27,5	32,4	48,5
Erinomainen	35	43,8	51,5	100,0
Yhteensä	68	85,0	100,0	
Puuttuvat	12	15,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä rantakahvilan ilmettä ja viihtyisyyttä vastanneista 35 (51,5 %) piti niitä erinomaisena ja 22 (32,4 %) hyvänä. Vastaajista 8 (11,8 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Kahvilan ilmettä ja viihtyisyyttä piti välttävänä 3 vastaajaa (4,4 %). (TAULUKKO 23.)

Merihenkisest sisustettu kahvila on toimiva pieniä asiakasmääriä palvellessa, mutta isot asiakasmäärät voivat aiheuttaa ajoittain ruuhkaa.

TAULUKKO 24. Rantakahvilan ulkotilan käyttö

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	1,5	1,5
Välttävä	9	11,2	13,6	15,2
En osaa sanoa	12	15,0	18,2	33,3
Hyvä	26	32,5	39,4	72,7
Erinomainen	18	22,5	27,3	100,0
Yhteensä	66	82,5	100,0	
Puuttuvat	14	17,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä rantakahvilan ulkotilan käyttöä vastanneista 26 (39,4 %) piti sitä hyvänä ja 18 (27,3 %) erinomaisena. Vastaajista 12 (18,2 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Ulkotilan käyttöä piti välttävänä 9 vastaajaa (13,6 %) ja huonona 1 vastaajaa (1,5 %). (TAULUKKO 24.) Se, että useimmat vastaajat ovat pitäneet ulkotilan käyttöä hyvänä tai erinomaisena, on saattanut johtua muun muassa siitä, että kahvilan tilat ovat melko pienet. Rantavajan toisessa päädyssä toimii lisäksi opasvaja, jossa on vaihtuvia luonto- ja meriaiheisia näyttelyitä.

TAULUKKO 25. Ravintolan ruokavaihtoehtojen määrä

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	2,7	2,7
Välttävä	4	5,0	5,3	8,0
En osaa sanoa	18	22,5	24,0	32,0
Hyvä	31	38,8	41,3	73,3
Erinomainen	20	25,0	26,7	100,0
Yhteensä	75	93,8	100,0	
Puuttuvat	5	6,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä ravintolan ruokavaihtoehtojen määrästä vastanneista 31 (41,3 %) piti sitä hyvänä ja 20 (26,7 %) erinomaisena. Vastaajista 18 (24,0 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Ruokavaihtoehtojen määrää piti välttävänä 4 vastaajaa (5,3 %) ja huonona 2 (2,7 %). (TAULUKKO 25.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään ruokavaihtoehtojen määrästä, eivät ole todennäköisesti ruokailleet majakalla. Jos jotkut näistä kuitenkin ovat ruokailleet majakan ravintolassa, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä ruokavaihtoehtojen määrästä. Kysyttäessä parannusehdotuksia toiminnan kehittämiseksi, vastaajista yksi on toivonut lapsille omaa ruokavaihtoehtoa.

TAULUKKO 26. Ravintolan ruoan laatu

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	2,6	2,6
Välttävä	2	2,5	2,6	5,2
En osaa sanoa	9	11,2	11,7	16,9
Hyvä	22	27,5	28,6	45,5
Erinomainen	42	52,5	54,5	100,0
Yhteensä	77	96,2	100,0	
Puuttuvat	3	3,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä ravintolan ruoan laatua vastanneista 42 (54,5 %) piti sitä erinomaisena ja 22 (28,6 %) hyvänä. Vastaajista 9 (11,7 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Ruoan laatua piti välttävänä 2 vastaajaa (2,6 %) ja huonona 2 (2,6 %). (TAULUKKO 26.) Ruoan laatu taa-taan tarjoamalla asiakkaille puhtaita ja raikkaita saariston makuja eri muodoissa. Ruoissa suositaan myös mahdollisuuksien mukaan kotimaisia, mieluiten lähialueen raaka-aineita. Esimerkiksi jälkiruoissa käytetään saaren omia tyrnimarjoja.

TAULUKKO 27. Ravintolan juotavat

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	2,6	2,6
Välttävä	2	2,5	2,6	5,3
En osaa sanoa	14	17,5	18,4	23,7
Hyvä	22	27,5	28,9	52,6
Erinomainen	36	45,0	47,4	100,0
Yhteensä	76	95,0	100,0	
Puuttuvat	4	5,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä ravintolan juotavien valikoimaa ja laatua vastanneista 36 (47,4 %) piti niitä erinomaisena ja 22 (28,9 %) hyvänä. Vastaajista 14 (18,4 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Vastanneista 2 (2,6 %) piti juotavia välttävänä ja 2 (2,6 %) huonona. (TAULUKKO 27.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään ravintolassa myytävistä juotavista, eivät todennäköisesti ole ostaneet sitä. Jos jotkut kuitenkin ovat ostaneet juotavaa ravintolasta, heillä ei ole ollut välttämättä mielipidettä siitä. Juomavalikoima sisältää seuraavat juotavat: III-olut (Urho), A-olut (Karhu), Lonkero Original, Siideri (Up cider), III-olut (Kukko), Vichy Novelle sekä virvoitusjuomat.

TAULUKKO 28. Ravintolan ilme ja viihtyisyys

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	4	5,0	5,1	5,1
En osaa sanoa	8	10,0	10,1	15,2
Hyvä	26	32,5	32,9	48,1
Erinomainen	41	51,2	51,9	100,0
Yhteensä	79	98,8	100,0	
Puuttuvat	1	1,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä ravintolan ilmettä ja viihtyisyyttä vastanneista 41 (51,9 %) piti niitä erinomaisena ja 26 (32,9 %) hyvänä. Vastaajista 8 (10,1 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Vastanneista 4 (5,1 %) piti ravintolan ilmettä ja viihtyisyyttä välttävänä. (TAULUKKO 28.) Sisustukseltaan ravintola on yksinkertainen ja selkeä. Väreinä on käytetty luonnonläheisiä värejä ja seinille on ripustettu erilaisia esineitä koristeeksi.

TAULUKKO 29. Ravintolan palvelun nopeus

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	1,3	1,3
Välttävä	4	5,0	5,2	6,5
En osaa sanoa	16	20,0	20,8	27,3
Hyvä	33	41,2	42,9	70,1
Erinomainen	23	28,8	29,9	100,0
Yhteensä	77	96,2	100,0	
Puuttuvat	3	3,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä ravintolan palvelun nopeutta vastanneista 33 (42,9 %) piti sitä hyvänä ja 23 (29,9 %) erinomaisena. Vastaajista 16 (20,8 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Vastanneista 4 (5,2 %) piti palvelun nopeutta välttävänä ja yksi (1,3 %) huonona. (TAULUKKO 29.) Ravintola tarjoaa muun muassa tilaus-/ryhmämenuja sekä tilausbuffeteja. Buffet-pöytä katetaan etukäteen, joten asiakkaat voivat hakea ruokia omaan tahtiin. Ruokalajien vähentyessä henkilökunta täyttää astiat. Astioiden täyttäminen ei kuitenkaan vie paljon aikaa, ja isommatkin asiakasmäärät hoituvat helposti. Tilausmenujen valmistaminen on myös helpompaa, jos kaikille tulee sama annos.

TAULUKKO 30. Kokouspalvelut, kokoushuoneiden tilavuus

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	1	1,2	6,2	6,2
En osaa sanoa	6	7,5	37,5	43,8
Hyvä	5	6,2	31,2	75,0
Erinomainen	4	5,0	25,0	100,0
Yhteensä	16	20,0	100,0	
Puuttuvat	64	80,0		
Yhteensä				

Kysyttäessä kokoushuoneiden tilavuutta vastanneista 6 (37,5 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 5 (31,2 %) piti sitä hyvänä ja 4 (25,0 %) erinomaisena. Vain 1 vastaaja (6,2 %) piti kokoushuoneiden tilavuutta välttävänä. (TAULUKKO 30.) Vastausten vähäiseen määrään on vaikuttanut kyselyn ajankohta, sillä kysely toteutettiin kesällä, jol-

loin liikkeellä on lähinnä lomanviettäjiä, jotka eivät todennäköisesti käytä kokouspalveluita.

TAULUKKO 31. Kokouspalvelut, AV-laitteisto

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	1	1,2	6,2	6,2
En osaa sanoa	7	8,8	43,8	50,0
Hyvä	4	5,0	25,0	75,0
Erinomainen	4	5,0	25,0	100,0
Yhteensä	16	20,0	100,0	
Puuttuvat	64	80,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä AV-laitteistoon vastanneista 7 (43,8 %) ei osannut sanoa mielihpidettään siitä. Vastaajista 4 (25,0 %) piti sitä erinomaisena ja 4 (25,0 %) hyvänä. Vain 1 vastaaja (6,2 %) piti laitteistoa välttävänä. (TAULUKKO 31.) Vastausten vähäiseen määrään on vaikuttanut kyselyn ajankohta, sillä kysely toteutettiin kesällä, jolloin liikkeellä on lähinnä lomanviettäjiä, jotka eivät todennäköisesti käytä kokouspalveluita.

TAULUKKO 32. Oheispalvelut, opastetut saarikierrokset

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	2	2,5	3,3	3,3
Välttävä	2	2,5	3,3	6,7
En osaa sanoa	30	37,5	50,0	56,7
Hyvä	12	15,0	20,0	76,7
Erinomainen	14	17,5	23,3	100,0
Yhteensä	60	75,0	100,0	
Puuttuvat	20	25,0		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä opastettuihin saarikierroksiin vastanneista 30 (50,0 %) ei osannut sanoa mielihpidettään niistä. Vastaajista 14 (23,3 %) piti opastettuja saarikierroksia erinomaisena ja 12 (20,0 %) hyvänä. Vastanneista 2 (3,3 %) piti niitä välttävänä ja 2 (3,3 %) huonona. (TAULUKKO 32.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielihpidettään

opastetuista kierroksista, eivät todennäköisesti ole osallistuneet niille. Jos jotkut näistä kuitenkin ovat osallistuneet kierroksille, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä niistä.

TAULUKKO 33. Oheispalvelut, majakkatornikäynti

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
En osaa sanoa	18	22,5	29,0	29,0
Hyvä	21	26,2	33,9	62,9
Erinomainen	23	28,8	37,1	100,0
Yhteensä	62	77,5	100,0	
Puuttuvat	18	22,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä majakkatornikäyntiin vastanneista 23 (37,1 %) piti sitä erinomaisena ja 21 (33,9 %) hyvänä. Vastaajista 18 (29,0 %) ei osannut sanoa mielipidettään. (TAULUKKO 33.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään majakkatornikäynnistä, eivät todennäköisesti ole käyneet niin sanotulla ”näköalatasanteella”. Jos jotkut ko. vastanneista ovat kuitenkin käyneet majakkatornissa, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä.

TAULUKKO 34. Oheispalvelut, välineiden vuokraus

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	1	1,2	2,0	2,0
En osaa sanoa	39	48,8	78,0	80,0
Hyvä	3	3,8	6,0	86,0
Erinomainen	7	8,8	14,0	100,0
Yhteensä	50	62,5	100,0	
Puuttuvat	30	37,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä välineiden vuokraamiseen vastanneista 39 (78,0 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 7 (14,0 %) piti välineiden vuokraamista erinomaisena ja 3 (6,0 %) hyvänä. Vain 1 vastaaja (2,0 %) piti sitä välttävänä. (TAULUKKO 34.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään välineiden vuokraamisesta, eivät todennäköisesti ole käyttäneet kyseistä palvelua. Jos jotkut näistä kuitenkin ovat vuokran-

neet välineitä, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä. Kysyttäessä parannusehdotuksia toiminnan kehittämiseksi muutamien vastaajien olivat toivoneet muun muassa vuokrattavia kalastusvälineitä ja moottorivenettä.

TAULUKKO 35. Oheispalvelut, sauna

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	5	6,2	8,2	8,2
En osaa sanoa	24	30,0	39,3	47,5
Hyvä	16	20,0	26,2	73,8
Erinomainen	16	20,0	26,2	100,0
Yhteensä	61	76,2	100,0	
Puuttuvat	19	23,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä saunaan vastanneista 24 (39,3 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 16 (26,2 %) piti saunaa erinomaisena ja 16 (26,2 %) hyvänä. Vastanneista 5 (8,2 %) piti sitä välttävänä. (TAULUKKO 35.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään saunasta, eivät todennäköisesti ole saunoneet majakalla. Jos jotkut ko. vastaajista kuitenkin ovat saunoneet, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä kyseisestä palvelusta. Sauna sijaitsee majakan pohjakerroksessa. Pukuhuoneita on yksi ja löylyhuoneeseen mahtuu 10 henkilöä. Saunalla on myös A-oikeudet. Kylpytynnyri sijaitsee n. 40 metrin päässä majakalta ulkoilmassa.

TAULUKKO 36. Oheispalvelut, kylpytynnyri

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	1,7	1,7
En osaa sanoa	32	40,0	54,2	55,9
Hyvä	7	8,8	11,9	67,8
Erinomainen	19	23,8	32,2	100,0
Yhteensä	59	73,8	100,0	
Puuttuvat	21	26,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä kylpytynnyriin vastanneista 32 (54,2 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 19 (32,2 %) piti kylpytynnyriä erinomaisena ja 7 (11,9 %) hyvänä. Ainoastaan 1 vastaaja (1,7 %) piti sitä huonona. (TAULUKKO 36.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään kylpytynnyristä, eivät todennäköisesti ole käyttäneet sitä. Jos jotkut näistä vastanneista kuitenkin ovat olleet kylpytynnyrissä, heillä ei välttämättä mielipidettä kyseisestä palvelusta. Kesällä lämpimällä ja aurinkoisella säällä ihmiset kuitenkin uivat mielellään meressä. Syksyn kylmillä säillä on taas kiva mennä kylpytynnyriin, jossa on lämmintä vettä.

TAULUKKO 37. Oheispalvelut, uimaranta

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	8	10,0	13,1	13,1
välttävä	8	10,0	13,1	26,2
En osaa sanoa	31	38,8	50,8	77,0
Hyvä	13	16,2	21,3	98,4
Erinomainen	1	1,2	1,6	100,0
Yhteensä	61	76,2	100,0	
Puuttuvat	19	23,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä uimarantaan vastanneista 31 (50,8 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 13 (21,3 %) piti uimarantaa hyvänä, 8 (13,1 %) välttävänä ja 8 (13,1 %) huonona. Vastaajista vain 1 (1,6 %) piti sitä erinomaisena. (TAULUKKO 37.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään uimarannasta, eivät todennäköisesti ole uineet rannalla. Jos jotkut ko. vastanneista kuitenkin ovat olleet uimassa, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä.

TAULUKKO 38. Oheispalvelut, kappeli

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	1,7	1,7
Välttävä	2	2,5	3,4	5,1
En osaa sanoa	34	42,5	57,6	62,7
Hyvä	14	17,5	23,7	86,4
Erinomainen	8	10,0	13,6	100,0
Yhteensä	59	73,8	100,0	
Puuttuvat	21	26,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä kappeliin vastanneista 34 (57,6 %) ei osannut sanoa mielipidettään siitä. Vastaajista 14 (23,7 %) piti kappelia hyvänä ja 8 (13,6 %) erinomaisena. Vastanneista 2 (3,4 %) piti sitä välttävänä ja 1 (1,7 %) huonona. (TAULUKKO 38.) Vastaajat, jotka eivät ole osanneet sanoa mielipidettään kappelista, eivät todennäköisesti ole käyneet siellä. Jos jotkut kyseisistä vastaajista kuitenkin ovat käyneet kappelissa, heillä ei välttämättä ole ollut mielipidettä siitä. Kappelia voi tilata esimerkiksi vihkimis- tai ristiäiskäyttöön. Yhdessä yrittäjän kanssa seurakunta järjestää myös retriittijaksoja luodolla.

TAULUKKO 39. Venesatamapalvelut

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	1	1,2	5,3	5,3
En osaa sanoa	7	8,8	36,8	42,1
Hyvä	5	6,2	26,3	68,4
Erinomainen	6	7,5	31,6	100,0
Yhteensä	19	23,8	100,0	
Puuttuvat	61	76,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä venesatamapalveluihin vastanneista 7 (36,8 %) ei osannut sanoa mielipidettään niistä. Vastaajista 6 (31,6 %) piti venesatamapalveluja erinomaisena ja 5 (26,3 %) hyvänä. Ainoastaan 1 vastaaja (5,3 %) piti niitä välttävänä. (TAULUKKO 39.) Vastausten vähäiseen määrään on vaikuttanut se, että vieraspaikkakuntalaiset ja ulkomalaiset matkailijat ovat käyttäneet vesibussia matkustaessaan majakalle, joten he eivät ole

tarvinneet venesatamapalveluja. Ne muutamat vastaajat, jotka kuitenkin ovat käyttäneet venesatamapalveluja, ovat pitäneet niitä erinomaisena tai hyvänä.

TAULUKKO 40. Yleisarvio, yleinen viihtyisyys

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Välttävä	2	2,5	3,0	3,0
En osaa sanoa	2	2,5	3,0	6,1
Hyvä	32	40,0	48,5	54,5
Erinomainen	30	37,5	45,5	100,0
Yhteensä	66	82,5	100,0	
Puuttuvat	14	17,5		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä yleiseen viihtyisyyteen vastanneista 32 (48,5 %) piti sitä hyvänä ja 30 (45,5 %) erinomaisena. Vastaajista 2 (3,0 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Yleistä viihtyisyyttä piti välttävänä 2 vastaajaa (3,0 %). (TAULUKKO 40.) Kahvilan ja matkamuistomyymälän siirtäminen ravintolan yhteydestä rantavajaan on todennäköisesti vaikuttanut positiivisesti yleiseen viihtyisyyteen. Aikaisemmin, kun kahvila- ja ravintola-toiminta oli keskitetty samaan tilaan, joka toimi vielä niin sanottuna vastaanottona majoitetuville asiakkaille, tungosta aiheutti toisinaan ihmisten kerääntyminen yhtä aikaa samaan paikkaan. Muutoksen jälkeen majakassa on ollut tilaa liikkua, kun osa asiakkaista juo kahvinsa rantakahvilassa tai ulkona ja ne, jotka aikovat syödä majakalla menevät ravintolaan.

TAULUKKO 41. Yleisarvio, hinta-laatusuhde

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Huono	1	1,2	1,5	1,5
Välttävä	4	5,0	6,2	7,7
En osaa sanoa	8	10,0	12,3	20,0
Hyvä	26	32,5	40,0	60,0
Erinomainen	26	32,5	40,0	100,0
Yhteensä	65	81,2	100,0	
Puuttuvat	15	18,8		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä tyytyväisyyttä hinta-laatusuhteeseen vastanneista 26 (40,0 %) piti sitä hyvänä ja 26 (40,0 %) erinomaisena. Vastaajista 8 (12,3 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Hinta-laatusuhdetta piti välttävänä 4 vastaajaa (6,2 %) ja huonona 1 (1,5 %). (TAULUKKO 41.) Siihen, että muutamat vastaajat ovat pitäneet hinta-laatusuhdetta välttävänä tai huonona, on saattanut vaikuttaa muun muassa se, että ihmiset eivät ole kokeneet palveluiden laadun vastaavan pyydettyä hintaa. Mielipiteisiin on voinut vaikuttaa myös aikaisemmat kokemukset vastaavanlaisista palveluista ja niiden hinnoittelusta. Lisäksi työssä käyvien ja pienituloisten, kuten eläkeläisten ja opiskelijoiden, näkemykset palveluiden hinnoittelusta ovat todennäköisesti eronneet toisistaan.

TAULUKKO 42. Majakan palveluiden uudelleenkäyttö

	Frekvenssi	Prosentti	Validi prosentti	Kumulatiivinen prosentti
Kyllä	71	88,8	94,7	94,7
Ei	4	5,0	5,3	100,0
Yhteensä	75	93,8	100,0	
Puuttuvat	5	6,2		
Yhteensä	80	100,0		

Kysyttäessä palveluiden uudelleenkäyttöä vastanneista 71 (94,7 %) käyttäisi niitä uudelleen. Vastaajista 4 (5,3 %) ei käyttäisi palveluita enää. (TAULUKKO 42.) Vastaajat, jotka eivät aio käyttää matkailusaaren palveluita uudelleen, ovat saattaneet tottua käymään erilaisissa matkakohdeissa eivätkä näin ollen käytä saman matkailuyrittäjän tarjoamia palveluita toistamiseen. Voi olla myös, että kyseiset henkilöt ovat olleet tyytymättömiä majakan tarjoamiin palveluihin.

TAULUKKO 43. Sukupuoli / yleisarvio hinta-laatusuhde, ristiintaulukointi

	Vain kysymykseen vastanneet		Puuttuvat		Kyselyyn osallistuneet yhteensä	
	N	Prosentti	N	Prosentti	N	Prosentti
Sukupuoli / yleisarvio hinta-laatusuhde	60	75,0 %	20	25,0 %	80	100,0 %

	Yleisarvio hinta-laatusuhde				
	Välttävä	En osaa sanoa	Hyvä	Erinomainen	Yhteensä
Sukupuoli Nainen	3	3	14	15	35
Mies	1	5	9	10	25
Yhteensä	4	8	23	25	60

Kysyttäessä tyytyväisyyttä hinta-laatusuhteeseen vastanneita oli yhteensä 60 (75,0 %), 35 naista ja 25 miestä. Vastaajista yhteensä 25 piti hinta-laatusuhdetta erinomaisena ja 23 hyvänä. Vastaajista 8 ei osannut sanoa mielipidettään ja 4 piti sitä välttävänä. Sukupuolen mukaan mielipiteet jakaantuivat seuraavasti: naisista 15 ja miehistä 10 piti hinta-laatusuhdetta erinomaisena. Hyvänä sitä piti naisista 14 ja miehistä 9. Mielipidettään hinta-laatusuhteesta ei osannut sanoa naisista 3 ja miehistä 5. Välttävänä sitä piti 3 naista ja 1 mies. (TAULUKKO 43.) Hinta-laatusuhdetta koskeviin mielipiteisiin on saattanut vaikuttaa muun muassa aikaisemmat kokemukset vastaavanlaisista palveluista ja niiden hinnoittelusta sekä käytettävissä olevan rahan määrä. Työssä käyvien ja pienituloisten, kuten eläkeläisten ja opiskelijoiden, näkemykset palveluiden hinnoittelusta ovat todennäköisesti eronneet toisistaan.

TAULUKKO 44. Ikä / yleisarvio hinta-laatusuhde, ristiintaulukointi

	Vain kysymykseen vastanneet		Puuttuvat		Kyselyyn osallistuneet yhteensä	
	N	Prosentti	N	Prosentti	N	Prosentti
Ikä / yleisarvio hinta-laatusuhde	63	78,8 %	17	21,2 %	80	100,0 %

	Yleisarvio hinta-laatusuhde				
	Välttävä	En osaa sanoa	Hyvä	Erinomainen	Yhteensä
Ikä –25	1	6	3	9	19
26–34	1	0	5	6	12
35–44	0	1	3	5	9
45–59	0	1	6	4	11
60–64	2	0	7	1	10
65–69	0	0	0	1	1
70–	0	0	1	0	1
Yhteensä	4	8	25	26	63

Kysyttäessä tyytyväisyyttä hinta-laatusuhteeseen vastanneita oli yhteensä 63 (78,8 %). Vastaajista 25-vuotiaita tai nuorempia oli yhteensä 19, 26–34-vuotiaita 12, 35–44-vuotiaita 9, 45–59-vuotiaita 11, 60–64-vuotiaita 10, 65–69-vuotiaita 1 ja 70-vuotiaita tai vanhempia 1. Vastaajista yhteensä 26 piti hinta-laatusuhdetta erinomaisena ja 25 hyvänä. Vastaajista 8 ei osannut sanoa mielipidettään ja 4 piti hinta-laatusuhdetta välttävänä. Hinta-laatusuhdetta erinomaisena piti 25-vuotiaista tai nuoremmista vastaajista 9, 26–34-vuotiaista 6, 35–44-vuotiaista 5, 45–59-vuotiaista 4, 60–64-vuotiaista 1 ja 65–69-vuotiaista 1. Hinta-laatusuhdetta hyvänä piti 25-vuotiaista tai nuoremmista vastaajista 3, 26–34-vuotiaista 5, 35–44-vuotiaista 3, 45–59-vuotiaista 6, 60–64-vuotiaista 7 ja 70-vuotiaista tai vanhemmista 1. Mielipidettään hinta-laatusuhteesta ei osannut sanoa 25-vuotiaista tai nuoremmista vastaajista 6 eikä 35–44-vuotiaista sekä 45–59-vuotiaista vastaajista 1. Hinta-laatusuhdetta välttävänä piti 25-vuotiaista tai nuoremmista vastaajista 1 ja samoin 26–34-vuotiaista 1 sekä 60–64-vuotiaista 2. (TAULUKKO 44.)

Monet 25-vuotiaista tai nuoremmista vastaajista eivät ole osanneet sanoa mielipidettään hinta-laatusuhteesta, toisaalta suurin osa samasta ikäryhmästä on pitänyt hinta-laatusuhdetta erinomaisena. Siihen on saattanut vaikuttaa muun muassa se, ettei heillä ole ollut aikaisempaa kokemusta vastaavanlaisista palveluista ja niiden hinnoittelusta. Tällöin mielipide on voinut jäädä epävarmaksi. Suurin osa 26–64-vuotiaista, jotka lähinnä ovat työikäisiä, on pitänyt hinta-laatusuhdetta hyvänä tai erinomaisena. Tähän on saattanut vaikuttaa muun muassa se, että heillä on todennäköisesti aikaisempaa kokemusta vastaavanlaisista palveluista ja niiden hinnoittelusta.

5.2 Kehittämisideoita

Kyselyn tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä majakalla tarjottavia palveluita kohtaan sekä kysyä mahdollisia kehittämisideoita toiminnan parantamiseksi. Vastauksia saatiin 80 kappaletta. Suurin osa vastaajista on ollut naisia. Merkittävämmät vastaajaryhmät ovat olleet iältään 25-vuotiaat tai nuoremmat sekä 26–34-vuotiaat. Suurin osa vastaajista on kotoisin Länsi-Suomen läänistä. Useimmat ihmiset olivat tulleet majakalle viettämään vapaa-aikaa. Keskeisin tiedonlähde on ollut tuttavat. Tietoa matkailusaaresta ja palveluista on saatu myös majakalla toimivalta yrittäjäpariskunnalta. Suurimmalle osalle vastaajista majakka on ollut uusi kohde.

Tulosten perusteella ihmiset ovat vaikuttaneet olevan yleisesti ottaen tyytyväisiä majakan tarjoamiin palveluihin. Yleiseen viihtyisyyteen sekä hinta-laatusuhteeseen ollaan oltu myös tyytyväisiä. Joistakin oheispalveluista asiakkailta on tuntunut olevan varsin vähän tietoa. Parannusehdotuksia kysyttäessä vastaajat ovatkin toivoneet hotellihuoneisiin muun muassa info-kansiota majakasta, saaresta ja palveluista. Internet-sivuilla saisi olla tietoa myös eri oheispalveluista. Majakalla käy myös lapsiperheitä, joten perheen pienimmille on toivottu ohjattua toimintaa.

Kesä on myös majakalla kiireellistä aikaa, asiakkaita tulee niin kotimaasta kuin ulkomailtakin. Muutaman vastaajan mielestä henkilökuntaa saisi olla enemmän, jotta asiat hoituisivat paremmin ja asiakkaat olisivat tyytyväisiä saamansa palveluun. Yrittäjäpariskunnan toivottiin myös tulevan asiakkaita vastaan vesibussin saapuessa rantaan ja kertovan itse majakan toiminnasta sekä palveluista. Ravintolaan ja sen yhteydessä toimivaan vastaanottoon saisi olla lisäksi paremmat opasteet.

Kahvilan aukioloajan yhteyteen olisi selkeyden vuoksi hyvä lisätä sekä ensimmäisen vesibussivuoron saapumis- että viimeisen lähtöaika sillä joidenkin asiakkaiden käydessä majakalla kahvila on ollut kiinni. Yrityksen Internet-sivuilla (<http://www.kylmapihlaja.com/>) kahvilan ilmoitetaan aukeavan ensimmäisen vesibussin saapuessa ja sulkeutuvan viimeisen lähtiessä. Ihmiset, jotka tulevat omilla veneillä, eivät välttämättä tiedä vesibussiliikenteen aikatauluja eivätkä kahvilan aukioloaikaa. Aukiolon tarkentamisen lisäksi kahvilaan toivottiin itseleivottuja tuotteita sekä monipuolisempaa tuotevalikoimaa. Ravintolapalveluita koskeissa kehittämisideoissa mainittiin muun muassa, että ravintola saisi olla pidempään auki ja lapsille tulisi olla oma ruokavaihtoehto.

Vieraspaikkakuntalaiset veneilijät ovat toivoneet, että venesatamapalveluita mainostettaisiin enemmän. Heitä olisi yöpynyt viime kesänäkin venesatamassa, jos kyseisestä palvelusta olisi vain tiedetty. Satama-allas sijaitsee aallonmurtajien suojassa. Altaan syvyys on 4 metriä. Yöpyvältä venekunnalta perittävä laiturimaksu sisältää sähkön, WC:n ja suihkun käytön. Venesataman tuntumassa on myös nuotiopaikkoja, joihin Rauman kaupunki toimittaa polttopuita. Edellä oleviin kyselylomakkeissa mainittuihin kehitysideoihin voi tutustua tarkemmin mukana olevassa liitteessä (LIITE 5).

Kesällä ihmisten viettäessä vapaa-aikaa majakalla kokouspalveluille ei ole todennäköisesti paljoa kysyntää. Kokouspalveluita kannattaisikin markkinoida aktiivisesti sesongin ulkopuolella paikallisille yrityksille ja yhdistyksille. Yritys voisi tehdä myös yhteistyötä eri oppilaitosten kanssa, kuten WinNovan (Länsirannikon Koulutus Oy) kanssa, jossa voi suorittaa muun muassa hotelli- ja ravintola-alan perustutkinnon ja valmistua ravintola-/laivakokiksi tai tarjoilijaksi/laivatarjoilijaksi. Opiskelijat voisivat esimerkiksi suorittaa työharjoittelun majakan ravintolassa. Peruskoulujen 3.–5. luokille voitaisiin tarjota leirikoulupalveluita, jotka sisältäisivät erilaisia aktiviteetteja kuten opastetun saarikierroksen, majakantornissa käynnin, erilaisia pelejä, ruokailu-, saunomis- ja uintimahdollisuuden.

Tutkimustulosten luotettavuuteen ovat kuitenkin vaikuttaneet muun muassa epäselvästi esitetyt kysymykset koskien vastaajien kotimaata sekä miten he ovat saaneet tietää Kylmäpihlajan majakasta. Kotimaata kysyttäessä kysymykseen ovat saattaneet vastata myös Eurajoen Olkiluodon ydinvoimalatyömaalla sekä muualla Suomessa työskentelevät ulkomalaiset, jotka ovat tietyn mittaisella komennuksella ja palaavat sen jälkeen takaisin kotimaahansa. Oltuaan Suomessa jo muutaman vuoden jotkut ovat saattaneet mieltää myös Suomen kotimaakseen. Sitten on ollut vastaajia, jotka ovat merkinneet asuinläääninsä, mutta eivät ole erikseen kirjoittaneet maakohtaan Suomea vaikka näin oli tarkoitus. Kysyttäessä, miten ihmiset ovat saaneet tietää Kylmäpihlajan majakasta, vastaajat ovat valinneet useamman vaihtoehdon, vaikka piti valita vain yksi vaihtoehto. Kyselyssä käytettiin myös kaksiosaisia kysymyksiä, vaikka kysymyksissä tulisi kysyä vain yhtä asiaa.

Tuloksiin on saattanut lisäksi vaikuttaa se, että vastaajien, jolla ei ole ollut aikaisempaa kokemusta majakalla tarjottavista palveluista mielipiteet ovat eronneet mitä todennäköisimmin niiden vastaajien mielipiteistä, joilla on ollut aikaisempaa kokemusta majakan toiminnasta ja palveluista.

6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyn tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä yrittäjäpariskunnan tarjoamia palveluita kohtaan sekä saada mahdollisia kehittämisideoita toiminnan parantamiseksi. Työtä tehtäessä oli myös tarkoitus harjoitella tutkimuksen tekemistä ja tulosten analysoimista sekä esittämistä. Kyselyyn vastasi 80 ihmistä, joista muutama oli ulkomaalaisia. Suurin osa vastaajista ei ollut käynyt aikaisemmin majakalla. Vastausten perusteella ihmiset ovat vaikuttaneet olleen tyytyväisiä palveluihin sekä niiden hinnoitteluun. Yleistä viihtyisyyttä on pidetty myös hyvänä. Henkilökunnan ystävällisyyteen, palvelualttiuteen sekä ammattitaitoon on oltu tyytyväisiä. Useimmat vastaajat ovat pitäneet hotellihuoneiden yleisilmettä, siisteyttä ja tasoa erinomaisena tai hyvänä. Aamiainen on näyttänyt myös kelpaavan ihmisille. Ravintolan sekä rantakahvilan ilme ja viihtyisyys on koettu erinomaisena tai hyvänä. Ihmisillä, joilla on ollut mielipide venesatamapalveluista, ovat olleet tyytyväisiä myös niihin. Joistakin oheispalveluista vastaajat eivät ole osanneet sanoa mielipidettään. Syynä voi olla, etteivät he ole käyttäneet kyseisiä palveluita tai jos ovat, niin heillä ei ole ollut välttämättä mielipidettä niistä. Voi olla myös, etteivät ihmiset ole edes tiedneet palveluista. Kehittämisideoissa toivottiinkin muun muassa oheispalveluiden sekä venesatamapalveluiden parempaa markkinointia. Kokouspalveluita tulisi myös markkinoida aktiivisemmin. Suurin osa vastaajista kuitenkin käyttäisi majakan palveluita uudelleen.

Viime vuosien aikana majakkamatkailusta on ruvettu puhumaan enemmän myös julkisuudessa. Majakkamatkailua ei ole ollut edes kovin kauan. Esimerkiksi Kylmäpihlajan majakalla matkailupalveluita on tarjottu vajaa kymmenen vuotta. Asiakkaita on kuitenkin käynyt hyvin ja toimintaa on kehitetty pikkuhiljaa. Asiakastyytyväisyyskyselyä tehtäessä onkin ollut mielenkiintoista nähdä, mitä mieltä asiakkaat ovat olleet nykyisten yrittäjien tarjoamista palveluista. Viime kesänä Kylmäpihlajan majakka sai Vuoden suosikkisatama 2009 -tittelin. Kyseistä nimikettä majakkasaari saa käyttää seuraavat kolme vuotta

Työtä tehdessä on tullut opittua uusia asioita majakoista ja majakkamatkailusta. Haasteellisinta työssä on ollut muun muassa kyselylomakkeen laatiminen, tutkimustulosten käsittely sekä lähteiden monipuolinen käyttö. Esimerkiksi majakoita koskevassa tekstissä lähteenä on käytetty lähinnä Seppo Laurellin kirjoittamaa Suomen majakat -kirjaa sillä majakoita koskevaa kirjallisuutta on olemassa melko vähän.

LÄHTEET

Borg, P. & Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. 5. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. 5.–6. painos. Helsinki: Edita.

Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 89. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kylmäpihlajan majakka. Hotelli ja ravintola. 2009a. Historia. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kylmapihlaja.com/historia.html>. Luettu 7.2.2009.

Kylmäpihlajan majakka. Hotelli ja ravintola. 2009b. Hotelli. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kylmapihlaja.com/hotelli.html>. Luettu 23.1.2009.

Kylmäpihlajan majakka. Hotelli ja ravintola. 2009c. Kahvila. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kylmapihlaja.com/kahvila.html>. Luettu 23.1.2009.

Kylmäpihlajan majakka. Hotelli ja ravintola. 2009d. Kokous. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kylmapihlaja.com/kokous.html>. Luettu 23.1.2009.

Kylmäpihlajan majakka. Hotelli ja ravintola. 2009e. Ravintola. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kylmapihlaja.com/ravintola.html>. Luettu 23.1.2009.

Kylmäpihlajan majakka. Hotelli ja ravintola. 2009f. Venesatama. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kylmapihlaja.com/venesatama.html>. Luettu 23.1.2009.

Laurell, S. 2000. Suomen majakat. 2. painos. Helsinki: Nemo.

Matkailusilmä. 2005. Majakkamatkailu kasvattaa suosiotaan. Www-dokumentti. Saatavissa:

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/321d301f4e1c5311c225734c0042202b/\\$FILE/MEK_MS_2_05.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/321d301f4e1c5311c225734c0042202b/$FILE/MEK_MS_2_05.pdf) . Luettu 12.4.2010.

Merenkulkulaitos. 2008. Majakat. Kirj. Seppo Laurell. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.fma.fi/vapaa_aikaan/majakat/index.php. Luettu 10.10.2008.

Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Lighthouse tourism development plan for Finland and Estonia 2008 – 2013. Programme. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.lighthouse tourism.net/Development_plan_english.pdf. Luettu 29.10.2008.

Project part-financed by the European Union within the INTERREG IIIA Southern Finland –Estonia. Majakkamatkailun kehittämissuunnitelma Suomessa ja Virossa 2008 – 2013. Programme. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.saared.ee/tt/Tuletornid_arengukava_suomi.pdf. Luettu 19.4.2010.

Rauman Matkailu. 2008. Matkailupalvelut. Saaristoristeilyt. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.rauma.fi/matkailu/matkailupalvelut/saaristoristeilyt.htm>. Muutettu 2008. Luettu 23.1.2009.

Rauman Matkailu. 2005. Matkailupalvelut. Yleistä Kylmäpihlajasta. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.rauma.fi/matkailu/matkailupalvelut/kylmapihlaja_yleista.htm. Muutettu 2005. Luettu 23.1.2009.

Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. 2006a. Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lighthousesociety.fi/fin/>. Luettu 29.10.2008.

Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. 2006b. Majakkaseura lyhyesti & Suomen Majakkaseura vaalii Suomen majakoiden kulttuuriperintöä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lighthousesociety.fi/fin/majakkaseura/>. Luettu 29.10.2008.

Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. 2006c. Majakkaseuran retkipäiväkirjat. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lighthousesociety.fi/fin/retket/>. Luettu 29.10.2008.

Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. 2006d. Majakkaseuran suojelutyö pähkinänkuoressa. Www-dokumentti. Saatavissa:
http://www.majakkaseura.fi/fin/majakkaseura/suojelutyo_pahkinankuoressa/. Luettu 26.2.2010.

Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. 2006e. Suomen majakkaseura toimii. Www-dokumentti. Saatavissa:
<http://www.majakkaseura.fi/fin/majakkaseura/toimintahistoria/>. Luettu 27.2.2010.

Suomen Majakkaseura – Finlands Fyrsällskap. 2006f. Syysmatka Kylmäpihlajan majakalle. Www-dokumentti. Saatavissa:
http://www.majakkaseura.fi/fin/retket/kylmapihlaja_lokakuu_2003/. Luettu 27.2.2010.

Suomen Matkailun Kehitys Oy. 2001. Kuuskajaskarin linnakesaaren ja Kylmäpihlajan majakkasaaren käyttö- ja liiketoimintasuunnitelma. MKTK:n julkaisu E:89.

Uusitalo, H. 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. Porvoo: WSOY.

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Helsinki: WSOY.

Vilkka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Visitrauma. 2010a. Kylmäpihlajan historia. Kirj. Raimo Sundelin. Www-dokumentti. Saatavissa:
http://www.visitrauma.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=161&Itemid=314. Luettu 7.3.2010.

Visitrauma. 2010b. Kylmäpihlajan kasvit. Kirj. Raimo Sundelin. Www-dokumentti. Saatavissa:
http://www.visitrauma.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=164&Itemid=317. Luettu 7.3.2010.

Visitrauma. 2010c. Kylmäpihlajan linnut. Kirj. Raimo Sundelin. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.visitrauma.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=165&Itemid=318. Luettu 7.3.2010.

Visitrauma. 2010d. Yleistä Kylmäpihlajasta. Kirj. Raimo Sundelin. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.visitrauma.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=160&Itemid=313. Luettu 7.3.2010.

Suomalaiset majakat matkailukäytössä



Suomalaisia majakoita, joissa on matkailupalveluita tai niihin voi tutustua ohjatusti
(lähde: www.fma.fi)

Saaristoristeilyt



RAUMAN SAARISTOKULJETUS

AIRISTO LINE OY

A Poroholma

B Kuuskajaskari

C Kylmäpihlaja

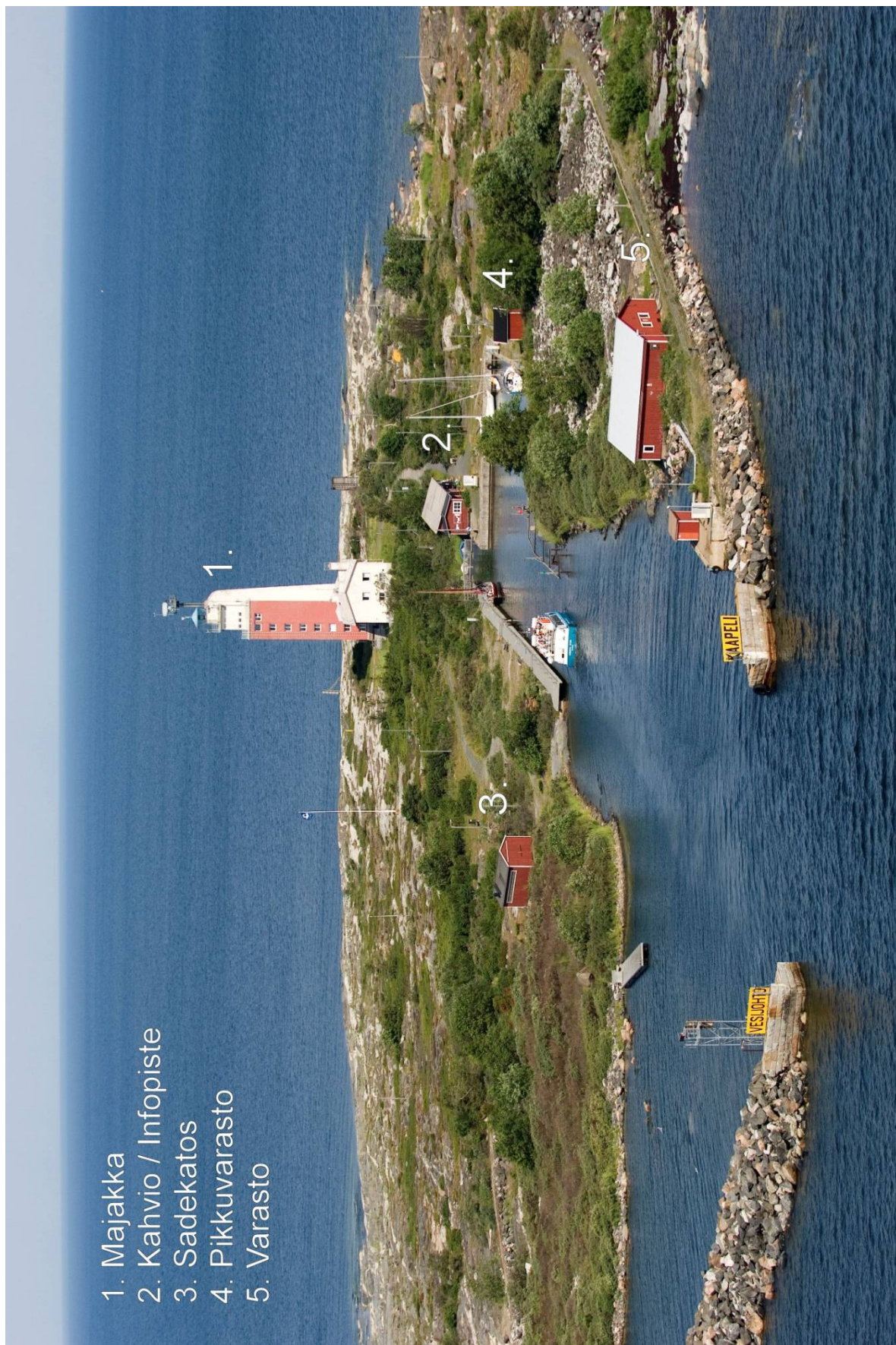
D Reksaari

E Syväraumanlahti

F Petäjäs

G Suoja

1. Majakka
2. Kahvio / Infopiste
3. Sadekatos
4. Pikkuvarasto
5. Varasto



ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY / CUSTOMER SATISFACTION QUESTIONNAIRE

Hyvä Kylmäpihlajan majakan asiakas!

Olen Anni Vahtoranta ja opiskelen restonomiksi Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa. Ohessa oleva asiakastyytyväisyyskysely on osa opinnäytetyötäni ja se toteutetaan yhteistyössä Kylmäpihlajan majakan kanssa. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä majakan tarjoamia palveluita kohtaan.

Toivon Teidän vastaavan kyselyyn. Vastauksenne pyydetään nimettömänä, joten tutkimuksen tuloksista Teitä ei voi tunnistaa vastaajaksi. Tutkimusaineisto kerätään ainoastaan tutkimukseen, johon tämä saatekirje liittyy. Täyttämäne lomakkeen voitte jättää laatikkoon: ”Asiakastyytyväisyyskyselyn palautus”.

Tutkimusta koskeviin mahdollisiin kysymyksiinne vastaan sähköpostitse osoitteessa: anni.vahtoranta@cou.fi

Dear Customer of Lighthouse Kylmäpihlaja!


My name is Anni Vahtoranta and I am studying for Bachelor of Tourism and Hospitality Management at Central Ostrobothnia University of Applied Sciences. The customer satisfaction questionnaire is part of my thesis work and it arranges in cooperation with the Lighthouse of Kylmäpihlaja. The intention of survey is to find out the customer satisfaction towards the services which are offered by the Lighthouse of Kylmäpihlaja.

I wish that You will answer to the questionnaire. Your answers will be requested without name. It isn't possible to recognize You as an answerer of the test results. The research material will be collected only for this survey. After You have filled the form You can put it into the box: ”Customer satisfaction questionnaire returning”.

I will answer to the possible questions concerning about the survey by e-mail: anni.vahtoranta@cou.fi

Best regards


Anni Vahtoranta


Lighthouse of Kylmäpihlaja

1. Sukupuoli: ☐ Nainen☐ Mies

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

LIITE 4/2

2. Ikä: ☐ -25 ☐ 26-34 ☐ 35-44 ☐ 45-59 ☐ 60-64 ☐ 65-69 ☐ 70-

3. Maa: _____, jos Suomi:

☐ Etelä-Suomen lääni ☐ Itä-Suomen lääni ☐ Länsi-Suomen lääni ☐ Oulun lääni ☐ Lapin lääni ☐ Ahvenanmaan lääni

4. Vierailun tarkoitus:

☐ Työ/kokous ja virkistys ☐ Vapaa-aika ☐ Venesatamapalvelu ☐ Muu, mikä? _____Jos vapaa-aika / venesatamapalvelu: ☐ työyhteisö ☐ harrastusryhmä ☐ ystäväryhmä ☐ perhe ☐ yksin

5. Miten saitte tietää Kylmäpihlajan majakasta?

☐ Internet ☐ Tuttavat ☐ Lehdet ☐ Esitteet ☐ Muu, mikä? _____6. Oletteko vierailut saassa aikaisemmin? ☐ Kyllä ☐ Ei

Valitkaa seuraavissa kysymyksissä omaa mielipidettänne parhaiten vastaava vaihtoehto. Ympyröikää vastauksenne.

1= Huono 2= Välttävä 3= En osaa sanoa 4= Hyvä 5= Erinomainen

7. Henkilökuunta:

Ystävällisyys	1	2	3	4	5
Palveluالتیوس	1	2	3	4	5
Ammattitaito	1	2	3	4	5
Kielitaito	1	2	3	4	5
Määrä	1	2	3	4	5

Mikäli ette ole käyttänyt majakan majoituspalveluita, siirtykää kysymykseen 9.

8. Majoittuminen:

Yleisilme	1	2	3	4	5
Siisteys	1	2	3	4	5
Huoneen taso	1	2	3	4	5
Majoituspalveluiden toimivuus	1	2	3	4	5
Aamiainen	1	2	3	4	5
Saniteettitilat	1	2	3	4	5

9. Rantakahvilan palvelut:

Makeat syötävät	1	2	3	4	5
Suolaiset syötävät	1	2	3	4	5
Juotavat (esim. kahvi, virvoitusjuomat tms.)	1	2	3	4	5
Kahvilan ilme ja viihtyisyys	1	2	3	4	5
Ulkotilan käyttö	1	2	3	4	5

10. Ravintolapalvelut:

Ruokavaihtoehtojen määrä	1	2	3	4	5
Ruoan laatu	1	2	3	4	5
Juotavat (esim. viinit, oluet tms.)	1	2	3	4	5
Ravintolan ilme ja viihtyisyys	1	2	3	4	5
Palvelun nopeus	1	2	3	4	5

Mikäli ette ole käyttänyt kokouspalveluita, siirtykää kysymykseen 12.

11. Kokouspalvelut:

Kokoushuoneiden tilavuus	1	2	3	4	5
AV-laitteisto	1	2	3	4	5

12. Oheispalvelut:

Opastetut saarikierrokset	1	2	3	4	5
Majakkatornikäynti	1	2	3	4	5
Välineiden vuokraus (esim. lintukiikarit)	1	2	3	4	5

Toivomuksia: _____

Aktiviteetit / ohjelmapalvelut (esim. tornista köysillä laskeutuminen)

Toivomuksia: _____

Sauna	1	2	3	4	5
Kylpytynnyri	1	2	3	4	5
Uimaranta	1	2	3	4	5
Kappeli	1	2	3	4	5

Mikäli ette ole käyttänyt venesatamapalveluita, siirtykää kysymykseen 14.

13. Venesatamapalvelut	1	2	3	4	5
------------------------	---	---	---	---	---

14. Yleisarvio:

Yleinen viihtyisyys	1	2	3	4	5
Hinta-laatusuhde	1	2	3	4	5

15. Käyttäisittekö Kylmäpihlajan majakan palveluita uudelleen? ☐ Kyllä ☐ Ei

16. Miten yritys voisi mielestänne parantaa toimintaansa?

Kiitos vastauksistanne!

2. Age: ☐ -25 ☐ 26-34 ☐ 35-44 ☐ 45-59 ☐ 60-64 ☐ 65-69 ☐ 70-

3. Country: _____, if Finland:

☐ The province of southern Finland ☐ The province of eastern Finland ☐ The province of western Finland ☐ The province of Oulu ☐ The province of Lapland ☐ The province of the Åland Islands

4. The purpose for the visiting:

☐ Work/meeting and recreation ☐ Free time ☐ Marina services ☐ Other, what? _____If the free time / marina service: ☐ Work community ☐ A group of leisure time interests ☐ A group of friends ☐ Family ☐ Alone

5. How did You find out about the lighthouse island of Kylmäpihlaja?

☐ Internet ☐ Friends ☐ Newspapers / Magazines ☐ Brochures ☐ Other, what? _____6. Have You visited on the lighthouse island of Kylmäpihlaja before? ☐ Yes ☐ No

Choose the alternative which corresponds Your own opinion best in the following questions. Circle Your answers.

1= Bad 2= Passable 3= I couldn't say 4= Good 5= Excellent

7. Personnel:

Friendliness	1	2	3	4	5
Helpfulness	1	2	3	4	5
Professional skill	1	2	3	4	5
Language proficiency	1	2	3	4	5
Number of personnel	1	2	3	4	5

If You haven't used overnight services of the lighthouse, move to the question 9.

8. Overnight services:

General feeling	1	2	3	4	5
Tidiness	1	2	3	4	5
Level of room	1	2	3	4	5
Functionality of the overnight services	1	2	3	4	5
Breakfast	1	2	3	4	5
Sanitary facilities	1	2	3	4	5

9. Services of seashore café:

Sweet cakes	1	2	3	4	5
Salty sandwiches	1	2	3	4	5
Beverages (for example coffee, soft drinks etc.)	1	2	3	4	5
Expression and feeling of café	1	2	3	4	5
The use of yard area	1	2	3	4	5

10. Restaurant services:

Number of food alternatives	1	2	3	4	5
Quality of food	1	2	3	4	5
Beverages (for example wines, beers etc.)	1	2	3	4	5
Expression and feeling of restaurant	1	2	3	4	5
Quickness of service	1	2	3	4	5

If You haven't used meeting services, move to the question 12.

11. Meeting services:

Capacity of meeting rooms	1	2	3	4	5
Audiovisual devices	1	2	3	4	5

12. Supplementary services:

Guided island tours	1	2	3	4	5
Visiting up to the tower of lighthouse	1	2	3	4	5
Renting out equipments (for example binoculars)	1	2	3	4	5

Wishes: _____

Activities / services of programming (for example coming down the tower of lighthouse with ropes)

Wishes: _____

Sauna	1	2	3	4	5
Hot tub (pool)	1	2	3	4	5
Beach	1	2	3	4	5
Chapel	1	2	3	4	5

If You haven't used marina services, move to the question 14.

13. Marina services	1	2	3	4	5
---------------------	---	---	---	---	---

14. General assessment:

General feeling	1	2	3	4	5
Price-quality relation	1	2	3	4	5

15. Would You like to use the services on lighthouse island of Kylmäpihlaja again? ☐ Yes ☐ No

16. How the company could improve its services in Your opinion?

Thank you for Your answers!

Kysyttäessä, miten yritys voisi parantaa toimintaansa, vastaajat mainitsivat seuraavaa:

Tiedotus: Sään aiheuttamat mahdolliset rajoitukset - Onko henkilöstö paikalla myös huonohkolla kelillä? - Palvellaanko satunnaista kulkijaa kelistä huolimatta, vaikka majoittujia ei ole? - Nettisivuille lisää infoa (esim. vuokrauksista ja saunasta) - Tietoa majakasta, saaresta ja palveluista kansioihin huoneisiin - Välineiden vuokrauksesta ja aktiviteeteista/ohjelmapalveluista myös tietoa huoneisiin - Veneilevänä lomailijana toivoisin venesataman lisämainostusta - Olisimme yöpyneet täällä, jos olisi ollut paremmin tietoa satamasta, - Nettisivuille tieto nuotiopaikasta ja kahvilaan myyntiin myös makkaraa, eikä pelkkää sinappia - Oheispalveluista ja aktiviteeteista ei kerrottu - Huoneessa voisi olla esite, mitä kaikkea saarella on mahdollisuus tehdä - Omistajat voisivat, jos mahdollista, kertoa itse toiminnasta esim. kerran päivässä lyhyen esittelyn - Majakan historiikki huoneessa tai muualla saatavilla - Uimalaituri tai selkeästi merkitty paikka uimiseen - Opas voisi laajemmin kertoa majakasta, myös palveluista.

Ohjattu toiminta: Verkkokalastusta merikelpoisella veneellä, kalan perkausta, savustusta tai kalasopan valmistusta ym. - Majakkapäivä – sen ympärille erilaista toimintaa - Monipuolisuutta; tikkataulu, kalastusretkiä, savustusta, petankki -peli jne., tv-huone, internet, onki -ym. laite vuokrausta, saaritanssit, juhannuskokko, kuljetuspalvelut ontuvat, runoiltoja, taiteilijavierailuja, lasten saaripäivät, sukelluskursseja, kalastuskoulutusta rantaongintaan - Savustettua kalaa ulkona - Asiantuntijaopastuksia linnut/kasvit/kalat - Enemmän aktiviteetteja, varsinkin lapsille - Luokkaretkipalvelua voisi parantaa, esim. opastetut saarikierrokset, erilaisia pelejä yms. - Maybe some activities, great amount of games - Lapsille toimintaa luotsinakin valmistus, kutterikuljetus - Parin tunnin päiväpurjehdus, retki kalastusaluksella - Kaupunki voisi järjestää saarelle toimintaa, joka houkuttelisi ihmisiä - Surfing, water skiing - Moottorin vuokraus kaupungin paattiin - Tarkastamalla aukioloaikoja - Teemaillanviettoja esim. luotsi kertomassa omasta työstään, merellisten laulujen ilta... tilauksesta savusauna.

Kahvila-, ravintola- ja majoituspalvelut: Paremmat opasteet: ravintolaan ja receptioniin, oli vaikea löytää - Numerot huoneiden oviin - Tavarain kuljetuskärryt olisivat joskus tarpeen - Jos tulossa ryhmä, joka etukäteen ilm. tulosta ja tilannut esim.

ruokailun/majoituksen, olisi hienoa, jos oltaisiin vastassa, ehkä ihan pieni esittely - Paljon parannettavaa kahvila toiminnassa - Omat leivotut tuotteet ja runsaampi tarjonta - Isäntäväki enemmän keskusteltava asiakkaiden kanssa - Iloisempi ja kohteliaampi tunnelma pitäisi olla - Pitämällä ovet auki, tarkistaa aukioloajat (rantakahvilassa ja

ravintola-rakennuksessa samat ajat) ~ ei tarvittaessa - Saaristolaispöydässä uusia perunoita - ei vanhoja nahistuneita... - Tuoretta itseleivottua pullaa, kahvila illallakin auki - Sämpylöitä olisi mukavampi syödä, jos ne ei olisi ollut muovipussissa - Kahvila auki myös iltaisin, pieni rantasauna, lämmintä savukalaa - Ruoka ei vastannut sitä mitä netissä esiteltiin, täysi hinta vaikka ruoka loppui kesken ja kaikkea ei ollut, lounaspöytä oli pettymys! - Lounaspöytä oli pettymys, ei vastannut netistä saatua kuvaa - Ruokia ei ollut - Ravintolaan jälkiruoka, ei valmist tuotteita - Aioimme ruokailla, mutta tilaa ei ollut, kun paikalle tuli iso ryhmä - Voisiko ravintolaa laajentaa toiseen kerrokseen asiakaspaikkojen lisäämiseksi? - Hyvä, että kahvilakin löytyy nykyään - Ravintolan saaristolaispöytä oli maistuva, kiitos! - Huoneissa pieni käsienvesuallas - Ravintola sulkee liian aikaisin - Making the Kylmäpihlaja majakka more bigger, better and stronger and more beer possibilities if possible - Kukko was good though, THANKS - Vedenkeitin + teepusseja + murukahvia olisi kiva lisä huoneissa - Patja oli aika pehmeä - Ensi kerralla voisi hankkia tukevampia - Kynä ja paperia hotellihuoneeseen - Make more out of the hotel.

Yleinen viihtyisyys ja siisteys: Alakerran ”oleskelutila” voisi olla viihtyisämpi - Muutoin erittäin kauniisti laitettu tilat, KIITOS!!! - Uintimahdollisuus, muuten oikein mukavaa! - Tyynellä ilmalla paha haju - Putket, pressut saaren yleinen siisteys - Jos on olemassa oikea uimaranta, kunnan opastus saunalta sinne - Jos taas paikkamme oli oikea, oli siinä hyvin vaikea uida - WC-tiloja voisi siistiä ja lapsille oma ruokavaihtoehto, uimarantaa voisi parantaa - Saniteettitiloista parempi huolehtiminen esim - WC-paperit loppu 3. ja 5. krs:n WC:stä yöllä ja aamulla, samoin käsipyyhkeet loppu - Parannuksia lasten uimarantaan - Enemmän henkilökuntaa! - Uimalaiturin rakentaminen olisi hyvä juttu! (kaupungin toimesta) - Uimarantaa voisi parantaa, koska siitä ei pääse kunnolla ylös - Erikoistapahtumia (ellei ole jo, ei tiedä) - Uimamahdollisuuksien parantaminen - Verry mutch happy face! Thank you! - Ei tarvitse parantaa, kunhan on hyvä mieli, niin kaikille tulee hyvä mieli.

Muuta huomioitavaa: Lisää ihania kesätyttöjä - Grillauspaikoilla pitäisi olla ehdottomasti koivuklapeja (kipinöitä ja grillattava tuote kärsii kuusipuista) - Palvelut / tuotteet ylihinnoiteltua ottaen huomioon majakan sijainnin, majakan ala-aulassa ei tarpeeksi opastusta ”respan” löytämiseksi, kylpytynnyrin käyttö varsinkin ylihinnoiteltua - Enemmän henkilökuntaa, niin asiat hoituisi paremmin - Selkeä uimapaikka olisi paikallaan - Yöpyjille voisi olla myynnissä perustarpeita enemmän - Konserttipaikkana kappeli voisi toimia hyvin.